

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حسية بن بوعلی الشلف
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

الشعبة : العلوم الاقتصادية
التخصص : اقتصاد سياحي وخدمات

العنوان

تحليل مناخ الاستثمار السياحي لتحسين مؤشرات السياحة الوطنية،
دراسة تجارب دولية

من إعداد
حيزية هني

المناقشة بتاريخ:...../...../2020 من طرف اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة الشلف	أساذ	محمد راتول
مقررا	جامعة الشلف	أساذ	محمد زيدان
ممتحنا	جامعة الشلف	أساذ	نصيرة قوريش
ممتحنا	المركز الجامعي بريكة	أساذ	عامر عيساني
ممتحنا	جامعة باتنة 01	أساذ محاضر "أ"	محمد حامدي
ممتحنا	جامعة الشلف	أساذ محاضر "أ"	رضوان أنساعد

السنة الجامعية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

لا يسعني بعد أن أنجزت هذا العمل إلا أن أشكر الله عز وجل الذي أنار لي درب العلم والمعرفة ووفقني في إتمام هذا العمل. كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذي الفاضل الدكتور "زيدان محمد" الذي أشرف على إنجاز هذا العمل وتابع كل مراحلها ولم يبخل علي بأفكاره ونصائحه وتوجيهاته الهادفة.

كما أتقدم أيضا بفائق الشكر والتقدير إلى أساتذتي الموقرين أعضاء لجنة المناقشة على تفانيهم الكبير في تأطير البحث العلمي في الجزائر وعلى قبولهم مناقشة هذه الأطروحة فلكم أساتذتي جزيل الشكر. ولا يفوتني أن أسجل تقديري وعرفاني إلى كل أساتذتي الأفاضل الذين قدموا لي العون في إنجاز هذا العمل. إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

الإهداء

إلى أمي وأبي أطال الله في عمرهما.
إلى زوجي وإبنتاي منابع بحبتي وسروري بشري وآلاء.
إلى إخوتي وأخواتي.

إلى كل الأصدقاء والأقارب.

إلى كل من وقف بجانبني خلال مشواري الدراسي.
إلى كل أساتنتي الذين تعلمت على أيديهم إقرارا بفضلكم وعرفانا بحميد
صنيعكم.

إلى كل من يريد الخير لوطننا وامتنا
إيكم جميعا..... أهدي ثمرة هذا المجهود العلمي

هني حيزنة

المخلص

الملخص:

تعتبر السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبرى في العالم لما لها من تأثيرات إيجابية على الدخل الوطني وميزان المدفوعات وحجم العمالة كما أن لها قدرة كبيرة على تحسين مستوى معيشة الأفراد ودعم ديناميكية الصناعات الأخرى ولهذا جعلتها العديد من الدول ضمن أولويات سياساتها الاقتصادية ودعمت الاستثمار في القطاع السياحي تلبية لحاجات السياح والمجتمعات المحلية، حيث سعت إلى جذب وتشجيع الاستثمارات السياحية، إلا أن تلك الاستثمارات تبحث عن بيئة استثمارية آمنة للعمل فيها، تتوفر فيها الشروط الاقتصادية والتشريعات والأنظمة الآمنة فضلا عن الاستقرار الأمني والسياسي الذي يعتبر مطلباً أساسياً لتوجه تلك الاستثمارات نحو كيان اقتصادي معين.

فمناخ الاستثمار السياحي يعبر عن منظومة متكاملة من الإجراءات والسياسات التي تخلق بيئة أو مجموعة من الشروط والأوضاع المساعدة على تحفيز المستثمرين من وطنيين وأجانب على القيام بالاستثمار في القطاع السياحي، ولذلك فإن أي مستثمر وقبل أن يتخذ قرار الاستثمار في دولة معينة أو في قطاع دون آخر يقوم بفحص الشروط العامة للمناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي ومختلف التسهيلات المقدمة حتى يطمئن بأن أمواله ومشروعه في بيئة آمنة.

ومناخ الاستثمار السياحي الملائم والجذاب لا يسمح بزيادة حصيلة الاستثمارات السياحية فقط، وإنما يحفز على جلب السياح مما يؤدي إلى زيادة عدد الليالي السياحية وبالتالي ترتفع التدفقات النقدية، الأمر الذي يؤثر إيجاباً على ميزان المدفوعات وبالتالي تتحسن المؤشرات السياحية.

وقد أظهرت الدراسة بأن مناخ الاستثمار السياحي في كل من الإمارات العربية المتحدة والمغرب وتركيا يعتبر مناخ ملائم بحيث ساهم في تحسين المؤشرات السياحية لهذه الدول وهو ما أكدته النتائج المحققة مقارنة بالجزائر، هذا البلد الذي يمتلك الكثير من المقومات الطبيعية والتاريخية والعديد من الإمكانيات السياحية إلا أن مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ضئيل جداً وبالتالي فإن الجزائر لم تستفد من الآثار الإيجابية للقطاع السياحي إلا بنسب ضئيلة، كما أن مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر لم يساهم بشكل كبير في تحسين مؤشرات السياحة الوطنية.

الكلمات المفتاحية:

السياحة، الاستثمار السياحي، مناخ الاستثمار السياحي، الليالي السياحية، الإيرادات السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

RESUME :

Le Tourisme est une activités économiques qui jouissent d'une grande importance dans le monde en raison de ses effets positifs sur le revenu national, la balance des paiements et l'emploi, et il a un grand potentiel pour améliorer le niveau de vie des individus et pour soutenir le dynamisme d'autres industries, Les investissements dans le secteur du tourisme ont été soutenus pour répondre aux besoins des touristes et des communautés. Ils ont cherché à attirer et à encourager les investissements touristiques, mais ces investissements sont à la recherche d'un environnement d'investissement sûr dans lequel travailler. Il a des conditions économiques, des lois et des règlements sûrs, ainsi que la sécurité et la stabilité politique, ce qui est une condition préalable pour orienter ces investissements vers une entité économique particulière.

Le climat d'investissement touristique reflète un système intégré de mesures et de politiques qui créent un environnement ou un ensemble de conditions et de conditions qui aident à motiver les investisseurs nationaux et étrangers à investir dans le secteur du tourisme. Par conséquent, tout investisseur avant de prendre la décision d'investir dans un pays donné ou dans un secteur sans un autre examine les conditions générales de la politique, le climat économique, social et culturel et les différentes facilités offertes pour s'assurer que son argent et son projet sont dans un environnement sûr.

Le climat d'investissement touristique favorable et attractif ne permet pas seulement d'augmenter les résultats des investissements touristiques, mais stimule plutôt l'attraction des touristes, ce qui entraîne une augmentation du nombre de nuitées touristiques et par conséquent des flux de trésorerie élevés, ce qui affecte positivement la balance des paiements et améliore ainsi les indicateurs du tourisme.

L'étude a montré que le climat des investissements touristiques aux Émirats arabes unis, au Maroc et en Turquie est propice à l'amélioration des indicateurs touristiques de ces pays, et ce que les résultats obtenus par rapport à l'Algérie ont confirmé. Ce pays, qui possède de nombreuses composantes naturelles et historiques et de nombreuses possibilités touristiques, mais la contribution du secteur touristique au développement économique et social est très faible, C'est pourquoi l'Algérie n'a bénéficié que d'un faible pourcentage des effets positifs du secteur du tourisme. Le climat d'investissement touristique en Algérie n'a pas contribué de manière significative à l'amélioration des indicateurs nationaux du tourisme.

Les Mots Clés :

Tourisme, Investissements Touristiques, Climat D'investissement Touristique, Nuitées Touristiques, Revenus Touristiques, Schéma directeur d'Aménagement Touristique 2030.

ABSTRACT:

Tourism is an economic activity which enjoys great importance in the world due to its positive effects on national income, balance of payments and employment, and it has great potential to improve the standard of living of individuals and to support the dynamism of other industries, Investments in the tourism sector were supported to meet the needs of tourists and communities. They have sought to attract and encourage tourism investments, but these investments are looking for a safe investment environment in which to work. It has economic conditions, secure laws and regulations, as well as security and political stability, which is a prerequisite for directing these investments towards a particular economic entity.

The tourism investment climate reflects an integrated system of measures and policies that create an environment or a set of conditions and conditions that help motivate domestic and foreign investors to invest in the tourism sector. Consequently, any investor before making the decision to invest in a given country or in a sector without another examines the general conditions of the policy, the economic, social and cultural climate and the various facilities offered to ensure that his money and his project are in a safe environment.

The favorable and attractive tourism investment climate not only increases the results of tourism investments, but rather stimulates the attraction of tourists, which leads to an increase in the number of tourist nights and therefore in high cash flows, which positively affects the balance of payments and thus improves tourism indicators.

The study showed that the climate for tourism investment in the United Arab Emirates, Morocco and Turkey is conducive to improving tourism indicators for these countries, and what the results obtained compared to Algeria have confirmed. This country, which has many natural and historical components and many tourist possibilities, but the contribution of the tourist sector to economic and social development is very low, This is why Algeria has benefited only from a small percentage of positive effects of the tourism sector. The investment climate for tourism in Algeria has not contributed significantly to the improvement of national tourism indicators.

Keywords :

Tourism, Tourist Investments, Tourist Investment Climate, Tourist Nights, Tourist Revenues, Plan Of Tourism Initialization 2030.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	البيان
	الشكر
	الإهداء
	الملخص
II - II	قائمة المحتويات
X-VI	فهرس الجداول
XIII-XII	فهرس الأشكال
ب - ي	مقدمة
71-2	الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي - دراسة نظرية ومفاهيم أساسية -
03	المبحث الأول: أساسيات حول السياحة
03	المطلب الأول: مفهوم السياحة ودوافعها
10	المطلب الثاني: أركان وأنواع السياحة
16	المطلب الثالث: أهمية السياحة
21	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي
21	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وخصائصه
25	المطلب الثاني: مجالات وأهداف الاستثمار السياحي
26	المطلب الثالث: محددات وآثار الاستثمار السياحي
42	المبحث الثالث: مناخ الاستثمار السياحي ومفاهيمه الأساسية
42	المطلب الأول: عموميات حول مناخ الاستثمار السياحي
46	المطلب الثاني: أهمية مناخ الاستثمار السياحي
47	المطلب الثالث: مقومات مناخ الاستثمار السياحي
62	المبحث الرابع: طرق تهيئة مناخ الاستثمار السياحي
62	المطلب الأول: صعوبات وعوائق تهيئة مناخ الاستثمار السياحي
63	المطلب الثاني: إجراءات تهيئة مناخ الاستثمار السياحي
68	المطلب الثالث: دور القطاع الخاص في إنجاح الاستثمار السياحي
163 - 73	الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة
74	المبحث الأول: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة

74	المطلب الأول: الإمكانيات الطبيعية والبيئية لدولة الإمارات العربية المتحدة
77	المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي
83	المطلب الثالث: الإطار القانوني والتنظيمي للاستثمار السياحي بالإمارات العربية المتحدة
88	المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية
98	المبحث الثاني: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في المغرب
98	المطلب الأول: المقومات الطبيعية والبيئية للمغرب
102	المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي
104	المطلب الثالث: الإطار القانوني والتنظيمي للاستثمار السياحي بالمغرب
111	المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية
120	المبحث الثالث: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في تركيا
120	المطلب الأول: القدرات الطبيعية والتراثية لتركيا
123	المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي
125	المطلب الثالث: الإطار التشريعي والتنظيمي للاستثمار السياحي
130	المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية
139	المبحث الرابع: مؤشرات قطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا
139	المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الإمارات العربية المتحدة
146	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المغرب
156	المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في تركيا
231-165	الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر
166	المبحث الأول: الإمكانيات والقدرات السياحية للجزائر
166	المطلب الأول: الإمكانيات الطبيعية
170	المطلب الثاني: الإمكانيات الثقافية والتاريخية والحضارية
173	المطلب الثالث: أنواع السياحة في الجزائر
179	المبحث الثاني: تشخيص مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر
179	المطلب الأول: الجانب السياسي والاقتصادي
187	المطلب الثاني: الإطار القانوني، التشريعي والتنظيمي للاستثمار السياحي
205	المطلب الثالث: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية
218	المبحث الثالث: أداء القطاع السياحي الجزائري
219	المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي PIB

220	المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل وفي تحسين المستوى المعيشي للأفراد
224	المطلب الثالث: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي
286 – 233	الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر
234	المبحث الأول: أداء المؤشرات السياحية للجزائر
234	المطلب الأول: المقومات الفندقية في الجزائر
243	المطلب الثاني: تطور التدفقات البشرية
252	المطلب الثالث: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر
254	المبحث الثاني: معوقات وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر.
254	المطلب الأول: معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر
261	المطلب الثاني: آفاق الاستثمار السياحي في الجزائر استنادا إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT (2030)
275	المبحث الثالث: ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر TTCI 2019
275	المطلب الأول: التعريف بمؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر TTCI
278	المطلب الثاني: مكونات مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر TTCI وأهم المتغيرات
280	المطلب الثالث: ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2019
295–288	الخاتمة
314–297	المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	البيان	الرقم
33	عناصر الميزان السياحي	(1-1)
64	أفضل الممارسات في مجال توفير التمويل السياحي (التجربة الكندية)	(2-1)
66	أفضل الممارسات في مجال تطوير الوجهات السياحية وتوفير البنية الأساسية (تجربة دولة الإمارات)	(3-1)
79	تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2018/2000	(1-2)
81	مساهمة القطاعات غير النفطية في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 2015/2001	(2-2)
92	قطاع الاتصالات بدولة الإمارات العربية المتحدة (2014-2015-2016)	(3-2)
94	معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في الإمارات العربية المتحدة	(4-2)
95	عدد المدارس والطلبة والمعلمين بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2017/2012	(5-2)
97	أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في دولة الإمارات العربية المتحدة	(6-2)
103	الشكل تطور بعض المؤشرات الاقتصادية للمغرب خلال الفترة 2018/2000	(7-2)
115	بعض المؤشرات الخاصة بقطاع الاتصالات بالمملكة المغربية	(8-2)
116	مؤشرات نسب التمدد بالمملكة المغربية خلال الفترة 2017/2014	(9-2)
117	معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في المغرب	(10-2)
118	تطور أعداد طلبة جميع الأسلاك حسب الجامعات المغربية	(11-2)
119	بعض المؤشرات الصحية في دولة المغرب للفترة 2010-2015	(12-2)
124	تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة تركيا خلال الفترة 2018/2000	(13-2)
137	تطور عدد المؤسسات الطبية وإجمالي عدد أسرة المستشفيات لكل 1000	(14-2)

	نسمة خلال الفترة 2010-2018	
140	تطور الطاقة الإيوائية حسب الفئة في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018.	(15-2)
142	تطور عدد نزلاء المنشآت الفندقية وليالي إقامتهم في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018	(16-2)
143	تطور عدد السياح الوافدين للإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2017	(17-2)
145	الإيرادات السياحية للإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018	(18-2)
146	تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة وحسب المدن السياحية في المغرب خلال الفترة 2010-2016	(19-2)
148	تطور الطاقة الإيوائية حسب عدد الأسرة وحسب الفئة في المغرب خلال الفترة 2010-2016	(20-2)
150	تطور عدد الليالي السياحية في مؤسسات الإيواء المصنفة في المغرب خلال الفترة 2010-2017	(21-2)
151	تطور عدد السياح الوافدين للمغرب خلال الفترة 2010-2018	(22-2)
153	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الأسواق خلال الفترة 2010-2017	(23-2)
155	تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2010-2018	(24-2)
158	عدد السياح الوافدين إلى تركيا خلال الفترة 2010-2017	(25-2)
159	أهم 10 أسواق مصدرة للسياح الأجانب إلى تركيا خلال سنة 2017	(26-2)
161	تطور الإيرادات السياحية للسياح الأجانب والأتراك المقيمين في الخارج خلال الفترة 2010-2017	(27-2)
170	المواقع التراثية المصنفة من طرف اليونسكو	(1-3)
173	إحصائيات عن موسم الاصطياف خلال الفترة 2015/2018	(2-3)
175	موسم السياحة الصحراوية خلال الفترة 2015/2018	(3-3)
177	جدول تليخيصي للسياحة الحموية نهاية سنة 2018	(4-3)

182	تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة الجزائر خلال الفترة 2018/2000	(5-3)
185	مساهمة القطاعات الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة 2017/2005	(6-3)
209	مؤشرات قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر (2015-2017)	(7-3)
212	عدد التلاميذ المسجلين في الأطوار التعليمية خلال الفترة 2017/2013	(8-3)
213	معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في الجزائر	(9-3)
214	تطور عدد الطلبة المسجلين في التدرج وما بعد التدرج خلال الفترة 1999-2017	(10-3)
216	عدد الهياكل الصحية في الجزائر 2015	(11-3)
217	أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في الجزائر	(12-3)
221	مساهمة قطاع السياحة في العمالة المباشرة وغير المباشرة في الجزائر خلال الفترة 2017/2015	(13-3)
223	نصيب الفرد من الإيرادات السياحية الجزائرية	(14-3)
225	عدد تصريجات الاستثمارات للفترة بين 2002-2017 حسب القطاعات	(15-3)
226	وضعية المشاريع السياحية في نهاية سنة 2018	(16-3)
227	عدد تصريجات الاستثمارات الأجنبية للفترة بين 2002-2017 حسب القطاعات	(17-3)
229	حصيلة الإستثمارات الأجنبية السياحية في الجزائر خلال الفترة 2007-2017	(18-3)
234	تطور عدد الأسرة في الجزائر للفترة 2007-2018	(1-4)
235	الحظيرة الفندقية بمعيار عدد الأسرة حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2018	(2-4)
237	توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب المنتج السياحي خلال الفترة 2007-2018	(3-4)
239	توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب الملكية القانونية خلال الفترة 2007-2018	(4-4)
240	تطور الليالي السياحية للمقيمين خلال الفترة 2007-2018	(5-4)

242	تطور الليالي السياحية لغير المقيمين خلال الفترة 2007-2018	(6-4)
244	توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2007-2018	(7-4)
246	تركيبة التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر خلال سنة 2017	(8-4)
249	عدد المغادرين للجزائر بين الفترة 2010-2018	(9-4)
251	أهم الوجهات السياحية المفضلة لدى الجزائريين خلال سنة 2017	(10-4)
252	التدفقات النقدية والميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة 2010/2017	(11-4)
263	خطة الأعمال السياحية آفاق 2015	(12-4)
266	عدد الأسرة المنجزة على مستوى الأقطاب السياحية إلى غاية تاريخ 2018/09/31	(13-4)
274	ملخص نتائج SDAT وأهدافه آفاق 2030	(14-4)
280	ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة خلال السنوات 2015، 2017 و 2019.	(15-4)
281	ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الأول: البيئة التمكينية حسب تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019	(16-4)
282	ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الثاني: مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة	(17-4)
283	ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الثالث: البنية التحتية	(18-4)
284	ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية	(19-4)

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	البيان	الرقم
08	الدوافع السياحية	(1-1)
12	أركان السياحة	(2-1)
18	الأهمية الاقتصادية للسياحة	(3-1)
45	نموذج تحديد الإطار العام لمكونات المناخ الاستثماري السياحي	(4-1)
133	شبكة الطرق في تركيا	(1-2)
149	تطور الطاقة الإيوائية في المغرب حسب عدد الأسرة وحسب الفئة لسنة 2016	(2-2)
152	تطور عدد السياح الوافدين للمغرب خلال الفترة 2010-2018	(3-2)
154	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الأسواق خلال سنة 2017	(4-2)
156	منشآت الإقامة السياحية في تركيا خلال الفترة 2002-2012	(5-2)
160	أهم 10 أسواق مصدرة للسياح الأجانب إلى تركيا خلال سنة 2017	(6-2)
210	اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية	(1-3)
210	ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة	(2-3)
211	توزيع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا لعام 2017	(3-3)
219	تطور المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر خلال الفترة 2008/2017	(4-3)
224	حجم رؤوس الأموال المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2008/2017	(5-3)
236	الحظيرة الفندقية بمعيار عدد الأسرة حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2018	(1-4)
238	توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب المنتج السياحي خلال الفترة 2007-2018	(2-4)
241	تطور الليالي السياحية للمقيمين خلال الفترة 2007-2018	(3-4)

243	تطور الليالي السياحية لغير المقيمين خلال الفترة 2007-2018	(4-4)
245	توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2007-2018	(5-4)
247	البلدان الخمس الأولى المصدرة للسياح الأجانب إلى الجزائر خلال سنة 2017	(6-4)
248	توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة لسنة 2017	(7-4)
250	عدد المغادرين للجزائر بين الفترة 2010-2018	(8-4)
250	التدفقات السياحية البشرية من وإلى الجزائر خلال الفترة 2010-2018	(9-4)
253	التدفقات النقدية والميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة 2010/2017	(10-4)
263	الأهداف الخمسة ل.م.ت.ت.س (SDAT 2030).	(11-4)
270	أهداف وإنجازات SDAT فيما يخص التوظيف وعدد الأسرة (على مستوى الأقطاب السياحية)	(12-4)
277	هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2017	(13-4)

مقدمة

مدخل:

أصبحت السياحة إحدى أهم صناعات العالم في الوقت الحاضر، بعدما كانت عبارة عن نشاط بسيط يتمحور حول تنقلات الأشخاص والجماعات من مكان إلى آخر بحثا عن الرزق والأمان، كما كان أداؤها مقتصرًا على شريحة معينة من المستكشفين والحكام والتجار، ويعد قطاع السياحة من أهم القطاعات نموًا وتطورًا والذي تجاوزت أهميته الكثير من الصناعات التحويلية والخدمية من حيث المبيعات والعمالة وقدرتها على جلب العملات الأجنبية.

وتزايد الاهتمام بالسياحة خلال السنوات الأخيرة لتشابكها مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة بديلاً استراتيجياً يغيثها عن الاعتماد عن مصادر الثروة الناضبة، فالقطاع السياحي له قدرة كبيرة على جلب الاستثمار لغرض تطوير الخدمات الأساسية في المواقع السياحية وكذا المناطق المجاورة لهذه المواقع، حيث أن الاستثمار السياحي يعتبر الأداة الفعالة لاستغلال المقومات والإمكانيات السياحية وبالشكل الأمثل، ولذلك فإن الاستثمار السياحي سواء في الثروة السياحية الثقافية والطبيعية أو في مجال الخدمات والتسهيلات السياحية يحقق منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، حيث أنه يعمل كعنصر محفز لتنمية باقي القطاعات الأخرى كقطاع النقل، الإطعام، الاتصالات والصناعات التقليدية، خدمات البنية التحتية والخدمات الترفيهية.

وتحتاج الاستثمارات السياحية إلى تسهيلات مالية وضريبية وحوافز أخرى، بالإضافة إلى تهيئة مناخ الاستثمار السياحي، الذي يعتبر عنصراً ضرورياً للاستفادة من مزايا الاستثمار السياحي، فمناخ الاستثمار السياحي يعبر عن تركيبة متكاملة من الإجراءات والسياسات والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتي تخلق بيئة ملائمة تساعد المستثمرين المحليين والأجانب على توطين استثماراتهم في نطاق معين. وتعتبر كل من الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا عينة من بين الوجهات السياحية في العالم التي لا تزال توفر العديد من فرص الاستثمار في القطاع السياحي والقطاعات الداعمة له لتوفير مختلف الخدمات للسياح، ففي هذا السياق قام المغرب بجهود كبيرة لتحسين البيئة الاستثمارية وذلك بإصدار العديد من القوانين والتشريعات المنظمة للنشاط السياحي وهذا ما سمح بتنوع العرض السياحي به، كما عمد إلى تطوير البنية التحتية وعصرنة أنماط النقل لزيادة الطلب السياحي على مناطق الجذب السياحي وتحفيز السياح والمستثمرين المحليين والأجانب، أما دولة الإمارات العربية المتحدة فقد تبنت سياسة التنوع الاقتصادي ولم تعد تعتمد على العوائد النفطية فحسب، بل قامت بتسخير تلك العوائد لدعم وتفعيل القطاعات الاقتصادية الأخرى بما في ذلك القطاع السياحي، كما تبنت سياسة جديدة للارتقاء بالمنتج السياحي الإماراتي واعتمادها على تطوير البنية التحتية والفوقية السياحية، أما بالنسبة لدولة تركيا فهي بلد



سياحي استطاع أن يصبح من أبرز الوجهات العالمية، بفضل نجاحها في توفير مناخ استثماري جذاب ساعد على جلب الشركات الأجنبية والتي ساهمت في تطوير بنيتها التحتية، وتجدر الإشارة إلى أن الحكومة التركية عملت على توفير إطار تشريعي وقانوني ساعد على جذب العديد من الاستثمارات من بينها الاستثمارات السياحية من خلال الاستثمارات الأجنبية.

أما بالنسبة للجزائر فهي تمتلك الكثير من القدرات في مجال السياحة تتنوع بين مقومات طبيعية، ثقافية وتاريخية، كل هذا يجعل من الاستثمار السياحي أحد البدائل الهامة التي يمكن للجزائر أن تعول عليه للنهوض بالاقتصاد الوطني وتوهدلها لأن تتبوأ مكانة ضمن الدول السياحية إذا ما تم استغلالها أحسن استغلال، حيث شرعت في القيام بإصلاحات عميقة مست قطاعات عديدة منها قطاع السياحة حيث أصدرت العديد من النصوص التشريعية والتدابير لتنظيم النشاط السياحي وتوفير مناخ الاستثمار الجاذب لرؤوس الأموال الأجنبية.

وفي ظل المنافسة العالمية تسعى العديد من الدول ومن بينها دولة الجزائر، الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا إلى توفير مناخ استثماري سياحي ملائم لجذب رؤوس الأموال للاستثمار في القطاع السياحي قصد النهوض بهذا القطاع ورفع من قدرته التنافسية ولتحسين مؤشرات السياحة، فمناخ الاستثمار السياحي الجذاب لا يسمح بزيادة حصيلة الاستثمارات السياحية فقط، وإنما يحفز على جذب السياح مما يؤدي إلى زيادة عدد الليالي السياحية وبالتالي ترتفع التدفقات النقدية، الأمر الذي يؤثر إيجابا على ميزان المدفوعات.

أولا- الإشكالية الرئيسية:

من خلال ما تقدم، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية الجوهرية لهذه الدراسة كما يلي:

كيف يساهم مناخ الاستثمار السياحي في تحسين مؤشرات السياحة الوطنية في كل من الإمارات

العربية المتحدة، المغرب وتركيا بشكل عام؟ وفي الجزائر بشكل خاص؟

وبناء على الإشكالية الرئيسية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما تتمثل آثار الاستثمار السياحي على الاقتصاد؟
- ما هو موقع الدول محل الدراسة من مؤشرات السياحة الوطنية؟
- ما الذي يمكننا استخلاصه من تشخيص مناخ الاستثمار السياحي للجزائر؟
- فيما تتمثل استراتيجيات الجزائر نحو تهيئة مناخ استثماري سياحي ملائم؟

ثانيا- فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية يمكن وضع الفرضيات التالية:

1) يعد الاستثمار السياحي أحد الركائز الأساسية لتطوير القطاع السياحي بمختلف أشكاله وأحد أهم مصادر رؤوس الأموال اللازمة لدفع عجلة النمو الاقتصادي، ومن بين أهم الأسس التي تبنى عليها التنمية السياحية من أجل بناء صناعة سياحية ناجحة، وللاستثمار السياحي آثار متعددة على الاقتصاد حيث أنه يساهم في الدخل الوطني وفي توفير مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة بالإضافة إلى ذلك فإن له آثار سلبية أخرى.

2) يؤثر مناخ الاستثمار السياحي إيجابا على مؤشرات السياحة الوطنية في الدول الثلاث محل الدراسة.

3) لا يزال مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر غير ملائم لجذب السياح والاستثمارات السياحية وهذا ما أدى إلى ضعف مؤشرات السياحة الوطنية.

4) قامت الجزائر بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، حيث يمثل الإطار المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، ويرمي هذا المخطط إلى تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي وتوفير مناخ استثماري ملائم، كما أنه ساهم بشكل كبير في القضاء على العديد من العراقيل والصعوبات التي كانت تمثل عائقا أمام المستثمرين.

ثالثا- مبررات اختيار الموضوع:

يمكن أن نحصر الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع على النحو التالي:

- الرغبة في مواصلة البحث في مجال الاستثمار السياحي والتعمق فيه أكثر؛
- ارتباط موضوع الدراسة مع تخصص الباحثة؛
- إمكانية استفادة الجزائر من تجارب الدول محل الدراسة والاطلاع على ما حققته هذه الأخيرة من نتائج ايجابية؛

رابعا- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها:

- تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي للدول محل الدراسة وتبيان مدى جاذبيته؛
- إبراز دور مناخ الاستثمار السياحي الجيد في تحسين مؤشرات السياحة، فالمناخ الاستثماري الجيد يشجع الاستثمار السياحي نتيجة زيادة الطلب السياحي على مختلف الخدمات السياحية، كما أن زيادة عدد السياح الأجانب يؤدي إلى زيادة إيرادات السياحة الدولية وهذا ما يؤدي إلى انتعاش الاقتصاد الوطني؛

- إبراز الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع السياحي في تحسين الموازين الداخلية والخارجية للاقتصاد الوطني خاصة أن الجزائر تمتلك العديد من المقومات الطبيعية والتاريخية يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية يقصدها السياح من كل ربوع العالم؛

- قياس أداء القطاع السياحي في الدول محل الدراسة إقليميا ودوليا.

خامسا- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرض إلى المقومات والإمكانيات السياحية للدول محل الدراسة؛
- تحليل الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة في الجزائر من جهة، وتبيان دور الاستثمار السياحي في تحسين مؤشرات السياحة في كل من الإمارات العربية المتحدة والمغرب وتركيا من جهة أخرى؛
- إبراز المقومات السياحية التي تتمتع بها الجزائر والتي يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية يقصدها السياح من مختلف أنحاء العالم؛
- دراسة مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر والوقوف على أهم المعوقات التي تواجه مشروعات الاستثمار السياحي ومحاولة وضع مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تساهم في تهيئة مناخ استثماري ملائم وجذاب.

سادسا- حدود الدراسة:

نلتزم في هذه الدراسة بالحدود التالية:

- **الحدود المكانية:** سنتطرق في هذه الدراسة إلى تحليل وتشخيص مناخ الاستثمار السياحي في كل من الجزائر، الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا، ومعرفة مدى مساهمة هذا المناخ في مؤشرات السياحة، وقد وقع الاختيار على هذه الدول كدراسة حالة نتيجة لعدة مبررات نذكر منها:
 - مبررات جغرافية: تتوزع الدول محل الدراسة على مناطق جغرافية مختلفة، فنجد دولة الإمارات العربية المتحدة في قارة آسيا والمغرب والجزائر في قارة إفريقيا (المغرب العربي) وتركيا في المجال الجغرافي المسمى "أوراسيا" (في غرب قارة آسيا ممتدة إلى شرق قارة أوروبا)؛
 - مبررات سياحية وإحصائية: تعتبر الإمارات العربية المتحدة والمغرب وتركيا من الدول الإسلامية الرائدة سياحيا، حيث احتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى إقليميا في مؤشر تنافسية السفر والسياحة ضمن قائمة دول الشرق الأوسط لعدة سنوات كما احتلت المغرب كذلك المرتبة الأولى في قائمة دول شمال إفريقيا وهي تتشابه في طبيعتها الجغرافية والثقافية مع الجزائر، وتعتبر تركيا من بين الوجهات السياحية العالمية التي استطاعت استقطاب الكثير من السياح فهي موطن للعديد من



الحضارات، حيث يشكل التاريخ والثقافة قاسم مشترك بينها وبين الجزائر فلا تزال هناك رموز ومواقع حضارية وأثرية شاهدا تاريخيا على الوجود العثماني في الجزائر، كما أن كل هذه التجارب الثلاث تعتبر وجهات منافسة للوجهة السياحية الجزائرية.

■ **الحدود الزمانية:** تم حصر الدراسة زمنيا خلال الفترة (2010-2018).

سابعاً- منهج البحث:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية، اعتمدنا على المنهج الاستنباطي بأدواته الوصف والتحليل، بحيث قمنا بوصف وتحليل مختلف البيانات والمعلومات التي تم جمعها في إطار الموضوع، كما اعتمدنا على المنهج الاستقرائي من خلال استقراء البيانات وتفسيرها والتي تخص الدول محل الدراسة، بالاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة والمتنوعة وتمثل أساسا في الكتب، المقالات والبحوث والدراسات والدوريات المتصلة بالاقتصاد السياحي، بالإضافة إلى مختلف الإحصائيات المنشورة من قبل الهيئات الدولية مثل البنك الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي والمجلس العالمي للسفر والسياحة وهيئات وطنية كوزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات، كما تم الاعتماد على مصادر متاحة على مستوى هيئات محلية في الدول محل الدراسة.

ثامناً- صعوبات البحث:

لقد واجهتنا صعوبات في إعداد هذه الدراسة يمكن ذكرها فيما يلي:

- قلة المراجع والدراسات التي تناولت مناخ الاستثمار السياحي؛
- ندرة بعض المعلومات والإحصائيات حول المؤشرات السياحية وخاصة بالنسبة لدولة الإمارات العربية المتحدة وهذا لأنها في معظم الأحيان تنشر إحصائيات لإمارتين فقط وهما أبوظبي ودبي؛
- قلة الإحصائيات بالنسبة للجزائر وتضاربها في بعض الأحيان، حيث حاولنا التوفيق بين هذه الأرقام لتكون أكثر دقة من خلال مقارنتها بأكثر من مصدر، كما أن موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية لم ينشر إلى اليوم إحصائيات حديثة فيما يخص أداء القطاع السياحي.

تاسعاً- الدراسات السابقة:

من بين الدراسات التي تم الاطلاع عليها خلال إعدادنا لهذه الدراسة نذكر مايلي:

1. **ساعد بوراوي (2017):** الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه تحت عنوان "تأثير الاستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب)- دراسة مقارنة- " من جامعة باتنة تخصص اقتصاد دولي، حيث تطرق الباحث فيها إلى دراسة نظرية حول الاستثمار الأجنبي والتنمية السياحية وبعدها قام الباحث بدراسة تقييمية لاستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان



المغرب العربي، وفي الأخير توصل إلى أن هناك تباين في الأهداف المحققة من دولة لأخرى ويرجع هذا التباين إلى درجة ومستوى اهتمام كل دولة بقطاعها السياحي، بحيث نجح المغرب إلى حد كبير في إنجاز أهداف رؤية 2020، أما في تونس ونظرا للطرفية الاقتصادية والأمنية التي مرت بها البلاد فقد كانت مؤشرات الأداء السياحي في مجملها سلبية ومع ذلك يمكن التنبؤ بتحسين تلك المؤشرات مع استقرار الوضع الاقتصادي والأمني للبلد، أما عن الجزائر فقد كانت النتائج المحققة متواضعة ولم تحقق الأهداف الموضوعية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، ولا سيما من جانب الاستثمارات كما وأن مؤشرات تنافسية القطاع السياحي كانت متدنية مقارنة بما هو محقق في دول المقارنة على الرغم من أن الحكومة الجزائرية قدمت العديد من التحفيزات وسنت جملة من التشريعات المنظمة للنشاط السياحي.

2. **دحماني سامية(2016):** الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه تحت عنوان "أثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2000/2015" من جامعة الجزائر تخصص نقود ومالية، حيث تطرقت فيها الباحثة إلى دراسة نظرية حول الاستثمار الأجنبي المباشر ومناخ الاستثمار، وبعدها قدمت دراسة تقييمية لمناخ الاستثمار في دول المغرب العربي وواقع الاستثمارات الأجنبية في هذه الدول، وفي الأخير توصلت الباحثة إلى أن مناخ الاستثمار في دول المغرب العربي لا يزال غير محفز لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وهذا يعزى إلى الكثير من الظروف التي تعيشها هذه الدول حاليا وعلى رأسها موجات عدم الاستقرار التي هزت أغلبها، ولكنه يعتبر مناخ قابل للتطوير والتحسين من كافة جوانبه وذلك من خلال العمل على تحقيق الاستقرار السياسي والأمني والحفاظ عليه وتحسين المحددات الاقتصادية الكلية والاهتمام بالإطار المؤسساتي، إضافة إلى تحسين نوعية البنى التحتية وتعزيز الاستثمار في المورد البشري، وقد أشارت الباحثة إلى ضرورة بناء إتحاد مغاربي فعال يقوم على المصالح والمؤسسات وهذا لاستغلال الإمكانيات المعطلة والاستفادة من الفرص المهدورة ورفع القدرات التنافسية لاقتصاديات هذه الدول.

3. **مصطفى أحمد السيد مكاوي(2014):** دراسة تحت عنوان "الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير" الصادرة عن مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، حيث تطرق الباحث إلى مختلف التحديات التي تواجه عملية الاستثمار السياحي في الدول العربية وسبل التعامل معها، خاصة في ظل المنافسة القوية من التكتلات والتجمعات الدولية كالاتحاد الأوروبي، وتوصل الباحث إلى أن غياب الأمن والاستقرار السياسي كان سببا في تدهور البيئة الاستثمارية في معظم الدول التي شملتها الدراسة ومنها مصر والأردن ولبنان ما أدى إلى تراجع حجم

الاستثمارات السياحية في هذه الدول، كما توصل إلى أن الجهات الحكومية المعنية بإدارة القطاع السياحي في معظم دول مجموعة الشرق الأوسط والمشار إليها في الدراسة فشلت في وضع خطط مسبقة لإدارة الأزمة، ما أسهم في تزايد الآثار السلبية المباشرة للقطاع السياحي على الاقتصادات الوطنية لهذه الدول.

4. عبد القادر عوينان (2013): الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه تحت عنوان "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025" من جامعة الجزائر تخصص نقود ومالية، حيث تطرق فيها الباحث إلى مراحل تطور السياحة وآثارها المختلفة وتعرض إلى واقع الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال عرض الإطار التشريعي له والتحفيزات والتدابير التي اعتمدها الحكومة الجزائرية بغية ترقية الاستثمار السياحي، كما تطرق إلى واقع السياحة الجزائرية ومقارنته ببعض التجارب السياحية العربية الناجحة وهي مصر وتونس والمغرب والتي حقق فيها القطاع السياحي آثارا ايجابية في شتى الميادين الاقتصادية والاجتماعية، كما أن الباحث قام بتشخيص واقع السياحة الجزائرية من مختلف الجوانب وفي الأخير توصل الباحث إلى أن قطاع السياحة تعرض إلى مجموعة من المعوقات التي حالت دون تطوره والتي أهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال وتردي الوضع الأمني خلال فترة التسعينات.

5. فرحي كريمة (2013): الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه تحت عنوان "أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية مع دراسة مقارنة بين الصين، تركيا، مصر والجزائر" من جامعة الجزائر تخصص نقود ومالية، حيث قامت الباحثة بمقارنة تطور سياسات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول محل الدراسة، ونمو التدفقات من الاستثمارات الأجنبية التي صاحبت تلك السياسات وأهميتها في اقتصاديات هذه الدول، وتوصلت الباحثة إلى العديد من النتائج أهمها استمرار تدني حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الجزائر مقارنة بالدول الأخرى محل الدراسة، ولهذا أوصت من خلال هذه الدراسة إلى ضرورة مواصلة الحكومة في تحفيز الشركات والأفراد عن طريق الميزة التنافسية وتوفير المناطق الحرة، وإعادة النظر في تشريعات الاستثمار بغرض تطويرها.

6. عامر عيساني (2010): الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه تحت عنوان "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر" من جامعة باتنة تخصص تسيير المؤسسات، حيث تناول الباحث في دراسته الجوانب النظرية عن السياحة وآثارها المختلفة، كما وقد تطرق إلى إستراتيجية التنمية السياحية للجزائر ومقارنتها مع الإستراتيجية السياحية لمصر وتونس، وفي الأخير توصل الباحث إلى أن

أداء القطاع السياحي كان متواضعا مقارنة مما هو عليه الحال في كل من مصر وتونس وهذا يرجع إلى أن هذا القطاع لم يحض بالاهتمام الذي يجعل منه قطاعا يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد أرجع الباحث هذا التأخر إلى العديد من الأسباب والتي أهمها غياب سياسة واضحة لخطط الترويج والتسويق السياحي، مشاكل متعلقة بالعقار السياحي وعدم التحكم في مناطق التوسع السياحي وانعدام مصادر وآليات التمويل في المجال السياحي إضافة إلى مشاكل أخرى، وأخيرا نوه الباحث إلى إمكانية استفادة الجزائر من التجارب السابقة للدول المتقدمة سياحيا والتي اعتمدت في بادئ الأمر على تشجيع مواطنيها على السياحة الداخلية للتعرف على المقومات السياحية لبلادهم.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها ركزت على دراسة مناخ الاستثمار السياحي في الدول محل الدراسة ومساهمته في نمو المؤشرات السياحية بها، كما تناولنا بعض من التجارب لدول متباينة اقتصاديات وذلك لإبراز عناصر النجاح وكيف يمكن للجزائر أن تستفيد منها لتحقيق التقدم الذي أحرزته تلك الدول في مختلف القطاعات الداعمة للقطاع السياحي، كما حاولنا في هذه الدراسة إبراز مختلف معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر وكيف حاول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للحد منها والعمل على توفير بيئة استثمارية ملائمة، وتبيان إجراءات تنفيذ هذا المخطط بنوع من التفصيل.

عاشرا- تقسيمات البحث

من أجل الإحاطة بالموضوع والإجابة على الإشكالية، ارتأينا إلى تقسيم البحث إلى أربعة فصول رئيسية وكل من هذه الفصول يتضمن مباحث ومطالب، وذلك على النحو التالي:

تناول المقدمة الإشكالية التي يناقشها البحث وأهميته وأهدافه ومكوناته والمنهجية المتبعة في إعدادها؛

ففي **الفصل الأول**، والذي جاء تحت عنوان **مناخ الاستثمار السياحي- دراسة نظرية ومفاهيم أساسية**، وقد قسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث، تطرقنا في المبحث الأول لأساسيات حول السياحة من خلال عرض لمفاهيمها ودوافعها وأيضا لأركانها وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، أما في المبحث الثاني فقد تضمن الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي حيث يشتمل على تعريفه وأنواعه ومجالاته، مع تحديد محددات ودوافع نموه، كما تناولنا الآثار المترتبة عن الاستثمار السياحي، أما في المبحث الثالث تطرقنا إلى مناخ الاستثمار السياحي بمختلف مفاهيمه ومكوناته، بالإضافة إلى مقوماته الأساسية والداعمة، وفي المبحث الرابع تطرقنا إلى إجراءات تهيئة مناخ الاستثمار السياحي ودور القطاع الخاص في إنجاحه والذي احتوى عوائق وإجراءات تهيئة مناخ الاستثمار السياحي وكذلك دور القطاع الخاص في إنجاحه؛

أما الفصل الثاني، فقد تمحور حول تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة، حيث قسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة، أما المبحث الثاني فقد تمحور حول تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في المغرب، أما المبحث الثالث فقد تطرقنا من خلاله إلى تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في تركيا، أما المبحث الرابع والأخير فقد خصصناه لدراسة وتحليل مؤشرات قطاع السياحة الوطنية في كل من الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا؛

أما الفصل الثالث، والذي جاء بعنوان تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر، حيث يشتمل على ثلاث مباحث، فالمبحث الأول يتناول الإمكانيات والقدرات السياحية للجزائر، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى تشخيص مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر، في حين خصصنا المبحث الثالث إلى تحليل أداء القطاع السياحي الجزائري؛

أما الفصل الرابع، والذي تمحور حول تحليل المؤشرات السياحية للجزائر، حيث شمل هذا الفصل على ثلاث مباحث، يتناول المبحث الأول أداء المؤشرات السياحية للجزائر والمبحث الثاني يدرس معوقات وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر. أما المبحث الثالث والأخير بعنوان ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر TTCI لسنة 2019.

وفي آخر الدراسة جاءت الخاتمة متضمنة خلاصة البحث، ونتائج اختبار الفرضيات مع النتائج العامة للدراسة، كذلك توصيات وآفاق الدراسة.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي

- دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

تمهيد:

تعد السياحة نشاطا من بين أهم النشاطات التي يمارسها الإنسان وذلك لحاجته إلى تحصيل معارف إنسانية وكذلك رغبة منه في الحصول على الراحة والاستجمام والترفيه وتعزيز أسس التفاهم والسلام. فنتيجة لبروز السياحة واعتبارها صناعة ونشاطا اقتصاديا مهما، أضحت الكثير من دول العالم تهتم بهذا القطاع الحيوي، لما له من تأثيرات إيجابية على الدخل الوطني وميزان المدفوعات وحجم العمالة، ولهذا جعلتها العديد من الدول ضمن أولويات سياساتها الاقتصادية، حيث خصصت لها ميزانية معتبرة من أجل زيادة الاستثمارات في القطاع السياحي تلبية لحاجات ورغبات السياح والزائرين، إلا أن تلك الاستثمارات تبحث عن بيئة استثمارية آمنة للعمل فيها تتوفر فيها الشروط الاقتصادية والتشريعات والأنظمة الآمنة التي من شأنها أن تيسر عملها بحرية كبيرة، فضلا عن الاستقرار الأمني والسياسي الذي يعتبر مطلبا أساسيا لتوجه تلك الاستثمارات نحو اقتصاد معين.

لذلك فإن الاهتمام بمناخ الاستثمار السياحي يعتبر عنصرا أساسيا لنجاح سياسات التنمية، ومناخ الاستثمار السياحي ليس شيئا ماديا يمكن أن نلمسه وإنما هو تعبير عن منظومة متكاملة من الإجراءات والسياسات التي تخلق بيئة أو مجموعة من الشروط والأوضاع المساعدة على تحفيز المستثمرين من وطنيين وأجانب على القيام بالاستثمار في القطاع السياحي.

فمناخ الاستثمار السياحي عموما يعتبر من بين أهم المحددات الرئيسية للقرارات الاستثمارية، حيث أن البيئة الجاذبة هي تلك التي تنجح في جذب الاستثمارات إليها، والعكس هو أن البيئة الطاردة هي تلك التي تؤدي إلى نفور الاستثمارات واختيار وجهات أخرى منافسة وبديلة. وللإلمام بهذا الفصل سوف نتطرق إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي.

المبحث الثالث: مناخ الاستثمار السياحي ومفاهيمه الأساسية.

المبحث الرابع: طرق تهيئة مناخ الاستثمار السياحي .

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة.

تعتبر السياحة ظاهرة قديمة جدا نشأت مع الإنسان ولكنها تطورت مع الزمن لتصبح من أكبر الصناعات في العالم، حيث أصبحت قطاعا اقتصاديا مهما ومصدرا من المصادر الهامة للدخل.

المطلب الأول: مفهوم السياحة ودوافعها

سنحاول في هذا المطلب تبيان مختلف الأسس النظرية المتعلقة بمفهوم السياحة وخصائصها، وكذلك إبراز مجموعة من المفاهيم حول الأشخاص الذين يقومون بشغل أوقات فراغهم، للفرقة بين مصطلح السائح والمصطلحات الأخرى القريبة منه.

أولا- مفهوم السياحة:

إن مفهوم السياحة يختلف حسب إختلاف مصدره أي أنه لا يوجد تعريف واحد وموحد لمصطلح السياحة، ومن خلال هذا الطرح نحاول إعطاء مختلف وجهات النظر حول مفهوم السياحة للوصول في الأخير إلى مفهوم شامل.

1. من وجهة نظر الباحثين:

في عام 1905 عرف الألماني **جوير فريبلر (E-GuyerFreuller)** السياحة بأنها: "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل"¹.

كما عرف العالم النمساوي **هيرمان فون شوليرون (Sholleron Herman Von)** السياحة في عام 1910 على أنها "مجموع العمليات المتداخلة وخاصة الاقتصادية منها المتعلقة مباشرة بدخول الأجانب، إقامتهم وتحركاتهم داخل وخارج حدود دولة أو منطقة جغرافية وترتبط بهم ارتباطا وثيقا"².

وفي عام 1943 ظهر كتاب بعنوان "النظرية العامة للسياحة" من تأليف الكاتبين **هنزكر Henziker** و**كرافت Kraft** والليذان عرفا السياحة بأنها: "مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة للسائحين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم ولا يرتبط بممارسة أنشطة اقتصادية"³.

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، بدون طبعة، درا زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص 22.

² بولحية الطيب، الاستثمار السياحي في ولاية جيجل بمجالاته وآليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، الجزائر، العدد 9، 2016، ص 177.

³ آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 66.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

وعرفها **دوقلاس بيرس (Douglas Pearce)** في عام 1981 على أنها: "ظاهرة تتبعها مجموعة علاقات قائمة على الرحلات والإقامة المؤقتة للمسافرين من أجل المتعة والترفيه، وقد تتباين مدة الإقامة، حيث تتراوح إحصائياً بين الإقامة لمدة أربع ليال على الأقل بالنسبة للسياحة الداخلية، وأربع وعشرون ساعة على الأقل بالنسبة للسياحة الدولية".¹

2. من وجهة نظر الاتفاقيات والمنظمات الدولية:

عرفت الأكاديمية الدولية للسياحة، السياحة على أنها: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الأساس هي مجموعة الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح".²

وقد حددت الأمم المتحدة مفهوم السياحة في قرارات مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر بروما عام 1963 والذي تبناه الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية عام 1968 على أنها: "حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الغرض من السفر العمل أو الدراسة أو المرور".³

أما عن المفهوم الحديث للسياحة حسب تعريف المنظمة العالمية للسياحة **OMT** فهي تعني: "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص في سفرهم وإقامتهم في أماكن خارج محيطهم المعتاد خلال فترة مؤقتة لا تتعدى السنة من أجل الترفيه، أعمال وأهداف أخرى".⁴

وأعطى هذا التعريف مفهوماً عاماً للسياحة دون تخصيصه أو تعليقه بنشاط من الأنشطة من خلال التعبير عنه بعبارة مجموعة من الأنشطة، كما استخدم عبارة أهداف أخرى أي أنه لا يوجد هدف ومقصد واضح لمفهوم السياحة حسب تعريف **OMT**.

ومن خلال التعاريف السابقة نخلص إلى تعريف السياحة بأنها مجموعة من الأنشطة يقوم بها الأفراد عند انتقالهم إلى بيئة أخرى غير بيئتهم المعتادة لفترة زمنية لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، وتتنوع الأغراض من السفر (الاستجمام، الترفيه، الرياضة، الدينية، العلاجية...)، غير أغراض العمل والكسب المادي.

¹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 45.

² أحمد علي هارون، أسس الجغرافيا السياحية، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر، 2000، ص 426.

³ عبد القدر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 18.

⁴ Jean Michel Dewailly . Emile Flament, *Le tourisme géographique*, Sedes. France, Paris, 2000, P 11.

ثانيا- مفهوم السائح:

أما عن مفهوم السائح فقد تعددت الآراء والتعاريف حوله باعتباره أساس النشاط السياحي ومن أبرز هذه التعاريف نذكر ما يلي:

- تعريف يفاستينارد (Yves Tinard): "يمكن اعتبار السائح كل شخص ينتقل خارج محل إقامته لمدة لا تقل عن 24 ساعة أو ليلة كاملة ولا تزيد عن أربعة أشهر لأجل أحد الأسباب التالية: المتعة، الصحة، المهمات، الاجتماعات، رحلات الأعمال والتنقلات الخاصة، الرحلات الدراسية".¹

- أما عن الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية (U.I.U.O.T.O) السائح هو "أي شخص يزور دولة أو جهة أو مكان غير الأماكن التي تقع داخل محل إقامته المألوفة".²

ومن هنا يمكن التفرقة بين مجموعة من المفاهيم حول الأشخاص الذين يسعون إلى شغل أوقات فراغهم وهي:³

أ. **المسافر TRAVELLER**: وهو القائم برحلة بعيدة عن مقر إقامته الدائمة ولأي سبب من الأسباب يستثنى من ذلك رحلة العمل اليومية التي قد تضطر البعض إلى قطع مسافات متباينة الطول تفصل بين محل الإقامة ومقر العمل، سواء كان ذلك داخل دولة واحدة أو عبر خط الحدود السياسية الفاصلة بين دولتين متجاورتين؛

ب. **الزائر VISITOR**: وهو الذي يقوم بزيارة مكان ما والإقامة فيه بصورة مؤقتة ودون أن يحاول الحصول على عمل فيه، أو تكون الزيارة لفترة زمنية قصيرة، وقد تكون في ضيافة آخرين، وبذلك يمكن تصنيف الزائرين إلى فئتين رئيسيتين وهما:

- **المتنزه EXCURSIONIST**: وهو الذي يقوم بنزهة في الهواء الطلق أو برحلة قصيرة لا تتجاوز اليوم الواحد، وتشمل القائمين بزيارات يومية من أجل الاستجمام أو المشاركين في جولات بحرية ترويحية؛

- **السائح TOURIST**: وهو المسافر من أجل المتعة والراحة على أن يقضي ليلة مبيت واحدة على الأقل في المكان المقصود، وتتعدد دوافع الإقامة حيث تتراوح بين قضاء الإجازات والعطل، زيارة الأقارب، قضاء الأعمال، مشاهدة الدورات أو المباريات الرياضية، الاشتراك في المؤتمرات والندوات، زيارة الأماكن المقدسة أو المزارات الدينية أو لأغراض العلاج أو الدراسة أو لأسباب أخرى.

¹ Yves Tinard , *Le tourisme économie et management* , mc graw-hill, France, 1992, P 01.

² William Stephen ,*Tourism Geography*, Routledg, First edition, London and New York, 1998, p 4.

³ مُجَد خميس الزوكة ، مرجع سابق، ص 55.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

كما تعتبر السياحة صناعة متميزة لعدة اعتبارات أهمها:¹

1. إن السياحة تعتبر صادرات غير منظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، وهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، ومنه فإن الجهة المصدرة للمنتج السياحي (الدولة المضيفة) لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها إلا إذا كانت وسيلة النقل التي يستخدمها السائح مملوكة للجهة المصدرة؛
2. إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي أو المغريات السياحية الطبيعية والتاريخية والأثرية لا يباع إلا من خلال السياحة فهذه المغريات لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي وهذا المنتج السياحي لا يباع في معظم الأحوال بغير وجود سلع وخدمات مساعدة هي التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع المغريات السياحية وتتمثل هذه التسهيلات في أربعة مجموعات أساسية هي مشروعات البنية الأساسية ومنشآت الإقامة وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية مثل المخيمات والقرى السياحية إضافة إلى مشروعات النقل السياحي والمنشآت السياحية الترويجية وغيرها؛
3. إن المنتج السياحي منتج مركب فهو مزيج من مجموعة عناصر متعددة تسهم في تقديم المنتج السياحي، وهي عناصر تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية... الخ انخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تسهم في تقديم المنتج السياحي، فصناعة السياحة صناعة متكاملة؛
4. إن السياحة منتج تصديري يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكلة الموسمية؛
5. عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير أي صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر، حيث لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في وقت قصير أو عدم إمكانية بناء منشآت سياحية وخدمات في وقت قصير لأنها تحتاج إلى تجهيزات ومواقع وأيدي عاملة مدربة وماهرة؛

¹ للمزيد راجع:

- نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، بدون طبعة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص 11-12.
- مصطفى يوسف كاني، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009، ص ص 113-114.
- محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 20.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

6. تباين قطاعات السوق السياحي حيث تختلف دوافع ورغبات السياح وتوقعاتهم بدرجة كبيرة وكذلك التباين في مستويات الدخل بالنسبة للسياح وهذا يؤدي إلى صعوبة التأثير فيهم وإقناعهم بشكل جماعي فيما يتعلق بالمنتوج المطلوب من قبل كل مجموعة ومستويات الخدمة والأسعار؛
7. المرونة العالية للطلب السياحي فيما يتعلق بالظروف الاقتصادية والقوة الشرائية وكذلك بالعوامل السياحية والاقتصادية والاجتماعية؛
8. يمتاز المنتج السياحي بمخاضية الاختلاف لأنه من المستحيل عمليا إنتاج منتجين سياحيين متطابقين لأنه سيكون هناك دوماً اختلاف في الجودة حتى ولو افترضنا تطابق الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.

ثالثاً- دوافع السياحة:

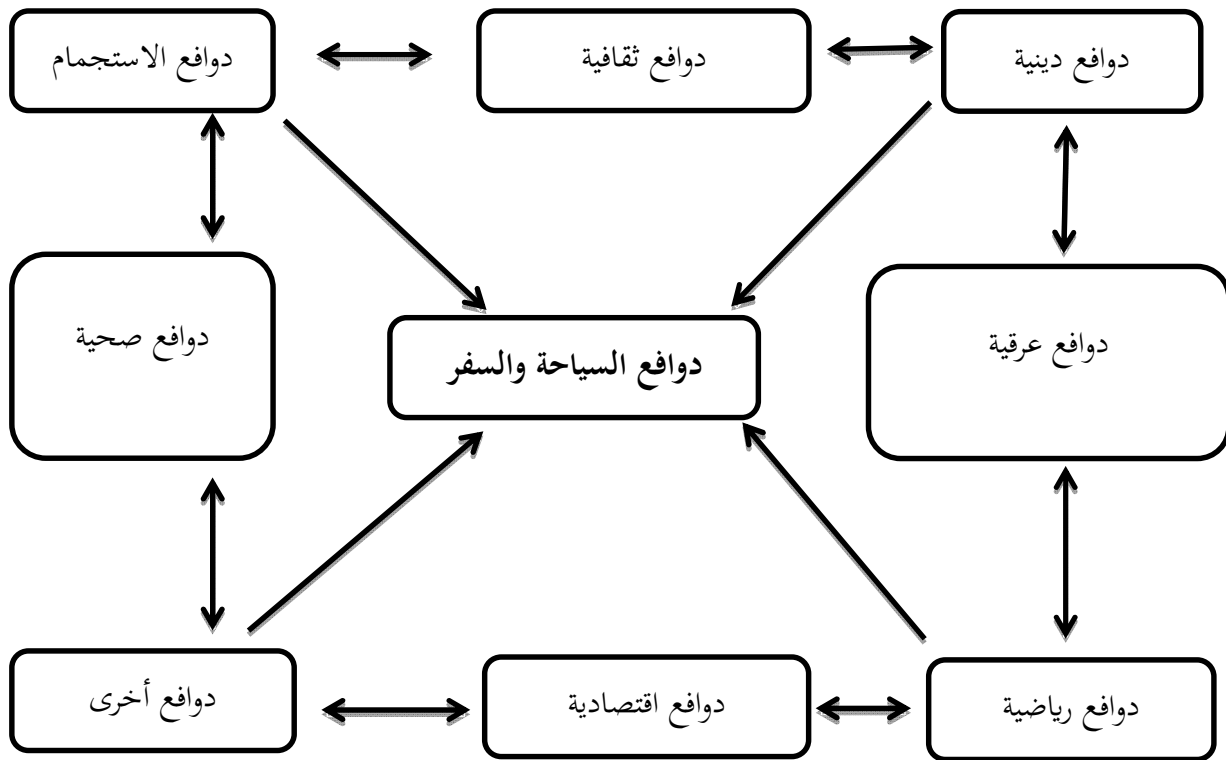
والمقصود بالدوافع السياحية البواعث أو الأسباب الأساسية التي تحرك رغبة الإنسان في السفر، ويتم عن طريق إشباع رغبة إنسانية معينة، سواء كانت ذهنية أو معنوية أو جسمية.¹ وتتنوع الأسباب التي تدفع وتحفز الناس على القيام برحلة معينة إلى مكان ما في أرجاء العالم، لكنها ليست جميعها على مستوى واحد من الأهمية وفي بعض الحالات تتداخل هذه الدوافع وتخلق رغبة واحدة للسفر إلى مكان ما.

فقد يكون الباعث أو الدافع الرغبة في زيادة ثقافة الفرد أو مشاهدة الألعاب الرياضية أو السفر من أجل الاستشفاء أو لإشباع عاطفة دينية أو لإنجاز مهمة تجارية أو لحضور مؤتمر دولي أو من أجل الاستجمام والتمتع بأوقات الفراغ، ومهما تنوعت الدوافع والبواعث والأنماط السياحية تبعا لذلك فإن الإحصائيات العالمية تشير أن أهم الأنماط السياحية هي سياحة الترفيه والاستجمام والتي تشكل نسبة 50% وسياحة الأعمال 20% والسياحة الثقافية 10%، أما النسبة الباقية فتمثل نسبة 20% والتي تتوزع على الأنواع الأخرى،² والشكل التالي يوضح ويلخص هذه الدوافع السياحية:

¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تفويجية للقرى السياحية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 192

² أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 73.

الشكل رقم (1-1): الدوافع السياحية



المصدر: زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 176.

1. الدوافع الاقتصادية: وتكون فيها السياحة بسبب:

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السائحين للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل؛
- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السائحين إلى بلد ما لغرض التمتع بالخدمات والسلع وبأسعار أقل؛
- السفر لغرض الأعمال والحصول على الصفقات التجارية بالنسبة لرجال الأعمال.¹

2. **الدوافع الدينية:** والمقصود بالدافع الديني السفر إلى الأماكن المقدسة فالمسلمون يأتون من كل فج عميق لأداء فريضة الحج والعمرة وزيارة الأماكن المقدسة في مكة والمدينة وفلسطين وزيارة أضرحة الصحابة في كثير من البلاد العربية والإسلامية كما يقوم المسيحيون بزيارة القدس وبيت لحم بفلسطين

¹ <http://books.makktaba.com/2012/01/book-entrance-to-business-of-travel-tourism-agencies.html> consulté le 13/06/2019.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

والفاتيكان وكذلك يقوم اليهود بزيارة حائط المبكى بالقدس وأيضا يقوم الهندوس والبوذيون بزيارة المعابد الدينية المقدسة لهم؛¹

3. الدوافع الثقافية والتاريخية والتعليمية: وتتمثل هذه الدوافع في:²

- مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة البتراء، الأهرامات، بابل، تدمر... الخ؛

- مشاهدة بعض الأحداث المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض... الخ؛

- الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية وإكتشاف أشياء جديدة لغرض التعلم والثقافة والمعرفة؛

- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج إيفل أو روما لمشاهدة برج بيزا أو تمثال الحرية في نيويورك... الخ؛

- معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور في أخبار وحوادث مثل مشاهدة إنطلاق المركبات الفضائية... الخ، وهذا الدافع يعتبر من أهم مصادر الدعاية حيث نجد أن الكثير من المواطنين يتجهون إلى منطقة معينة لمشاهدة حدث علمي جديد.

4. دوافع الراحة والاستجمام والترفيه: تكون بهدف حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جميلة أو للهروب من الجو الروتيني للعمل أو للترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.³

5. الدوافع الصحية: وهي السفر لأغراض العلاج والنقاوة والاسترخاء أو الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة نسبيا أو العكس أو السفر لأغراض الراحة النفسية أو التمتع بالأجواء النقية في المناطق الهادئة.⁴

6. الدوافع العرقية: ونجد مثل هذه الدوافع في زيارة البلد الأم وبتجديد الروابط كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأقارب والأصدقاء وغيرها وهذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم حافز قوي لزيارة بلدهم الأم.⁵

¹ مُجَّد العطا عامر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، الندوة العلمية اثر الأعمال الإرهائية على السياحة، مركز الدراسات والبحوث، دمشق، سوريا، 2010، ص 11.

² زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 172.

³ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 33.

⁴ مُجَّد العطا عامر، مرجع سابق، ص 12.

⁵ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 49.

7. الدوافع الرياضية: وتكون فيها السياحة بهدف:

- السفر لغرض مشاهدة مباريات رياضية أو تشجيع فريق معين.
- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب مثل التزحلق على الجليد أو التزحلق على المياه أو ممارسة رياضة أخرى.¹

8. دوافع أخرى: وتكون فيها السياحة بغرض:

- المخاطرة أو المغامرة (سياحة الشباب) ممكن تدخل ضمنها السياحة الصحراوية؛
- التفاخر والمباهاة وخاصة لبعض المناطق في العالم مثل جزر الكاريبي أو مونتري كارلو... الخ؛
- تقنية مثلا شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان ما أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة ومتطورة؛
- التذوق: تذوق الطعام؛
- علمية: مثلا دراسة نوعية معينة من الصخور أو دراسة نوعية معينة من التربة... الخ.²

المطلب الثاني: أركان وأنواع السياحة

للسياحة مجموعة من الأركان تقوم عليها كما تتعدد أنواع السياحة وفقا للمقومات التي تتوفر عليها الدولة، ففي هذا المطلب سنتطرق إلى أركان السياحة وإلى مختلف أنواع السياحة.

أولاً- أركان السياحة: يمكن تقسيم أركان السياحة إلى ما يلي:

1. **النقل:** إن صناعة السياحة مرتبطة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ سياحة وتتطور بدون وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها:
 - أ. البرية وتشمل السيارات الخاصة والمؤجرة، الباصات السياحية، السيارات السياحية، القطارات والدراجات النارية... الخ
 - ب. البحرية وتشمل المراكب، الزوارق واليخوت... الخ
 - ت. الجوية وتشمل الطائرات النفاثة والطائرات العادية والطائرات العمودية.
2. **الإيواء:** لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة أو مكان كان هو مكان مناسب للإقامة إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، ويمثل الإيواء الفنادق، الموتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات ويمثل أيضا بصورة مباشرة الطعام والشراب؛

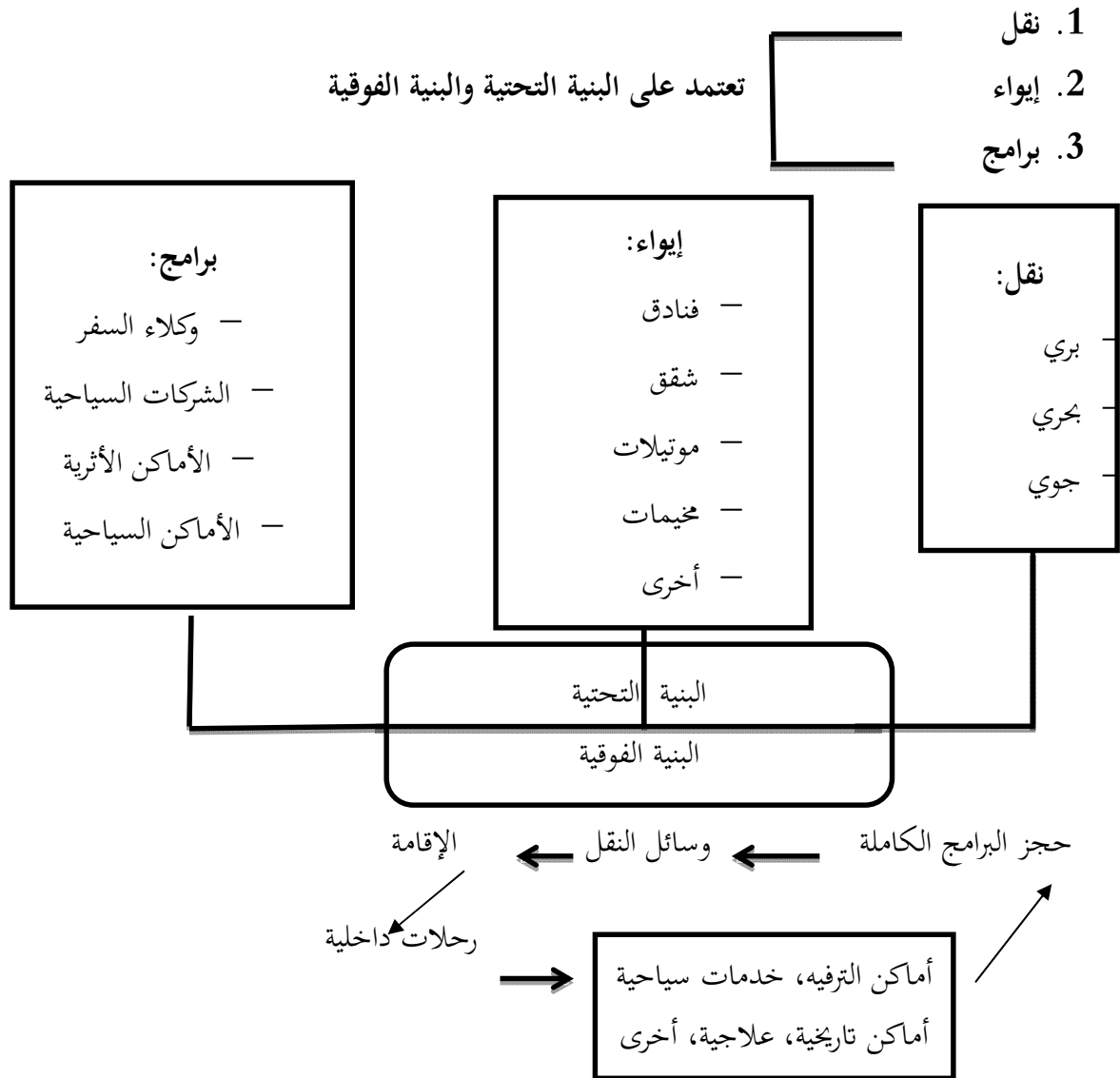
¹ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2003/2004، ص 39.

² زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص ص 175-176.

3. **البرامج:** لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله البلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... الخ بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات والأسواق والمتنزهات... الخ؛
4. **البنية التحتية للسياحة TOURISM INFRASTRUCTURE** مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة والكهرباء، الغاز والطرق، فأي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية؛
5. **البنية الفوقية للسياحة TOURISM SUPERSTRUCTURE** مصطلح يطلق على منشآت الإقامة، الفنادق، الموتيلات والمخيمات وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية ووكلاء السفر، الشركات السياحية، إيجار السيارات ، أدلاء سياحيين، المسارح، المنظمات السياحية، الملاعب، دور السينما... الخ.¹ ويمكن تمثيل أركان السياحة وفق الشكل التالي:

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سابق ، ص ص 44-45.

الشكل رقم (1-2): أركان السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، بدون طبعة، درا زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص 43.

ثانياً- أنواع السياحة:

تتعدد أنواع السياحة وفقاً للمقومات السياحية المتوفرة في بلد المقصد والتي تشكل عوامل الجذب السياحي، كما تتعدد وفقاً لرغبات السياح وإمكاناتهم المادية ومستوياتهم الثقافية وخصائصهم الصحية والعملية ومنها:

1. **السياحة الدينية:** ويعرف عبد السميع السياحة الدينية بأنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على إنتقال السياح من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الدولة لفترة زمنية معينة.¹ حيث تعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيادة المواقع الدينية ومن أشهر

¹ إبراهيم خليل إبراهيم بظاظو، الإدارة البيئية المثلى في تنمية مواقع السياحة البيئية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، مكتبة حمد الرقمية للنشر، القاهرة، مصر، 2014، ص 67.

المواقع الدينية في العالم التي شهدت زيارات دينية منقطعة النظير مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية وكذلك الفاتيكان في روما بالنسبة للمؤمنين بالديانة المسيحية.¹

وبرامج السياحة الدينية برامج متنوعة وهي سياحة أخلاقية قائمة على المبادئ السمحة والمثل العليا وتقويم السلوك وتهذيبه ومن ثم فإنها جميعا قائمة على معالجة التلوث البيئي والمحافظة على الموارد الطبيعية وحمايتها كما أن هذا النوع من السياحة تحتاج إلى جهود كبيرة لتنظيمها وتأمين مستلزمات من إطفاء وإقامة وتنفيذ الإجراءات الصحية والتمويلية والأمنية من السلطات خلال فترة الزيارة.

2. **السياحة الثقافية:** وتشمل الرحلات التي تكون فيها هناك الرغبة لدى السائح في أن يرى بنفسه أشياء جديدة وفي أن يتثقف عن طريق زيارة بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميز هذه الشعوب عن غيرها، ولكن السياحة الثقافية قد تشمل أيضا الرحلات التي تستهدف الاشتراك في المناسبات الفنية والمهرجانات لأسباب ثقافية أو دينية.²

3. **سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:** ويعتبر هذا النوع من السياحة من أنواع السياحة التقليدية ويتمثل في زيارة الآثار والأماكن الأثرية والتاريخية والدولة التي لا تمتلك آثار أو لم تسكنها حضارات قديمة لا يمكن أن تتنافس في مثل هذا النوع من السياحة، كما أن هذا النوع يستقطب أعداد ضخمة من السياح وتستطيع الدول المضيفة أن تحدد نوعية السياح ومستواهم، كما يستقطب هذا النوع كبار السن والمتقنين والعلماء وبالتأكيد يكون مستواهم المادي مرتفع ولا يتسببون في مشاكل للدول التي يزورونها.³

4. **السياحة العلاجية:** وتسمى أيضا بـسياحة الاستشفاء، وقد عرفت السياحة العلاجية منذ القدم فقد عرف الإنسان بالتدريج والخبرة أن بعض الأمراض تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة تتميز بمناخ خاص ثم اكتشف الخواص العلاجية للينابيع المعدنية.⁴

وقليلة هي الأماكن التي يتحقق فيها علاج الجسد والنفس معا، ولعل الأردن واحدة من بين الدول التي يختلط فيها الاستشفاء من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس وذلك بفضل الطبيعة التي جادت على

¹ مروان سكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار قابس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص 17.

² أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 56.

³ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 59.

⁴ أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 77.

الأرض الأردنية بكل مقومات العلاج الطبيعي من مياه حارة غنية بالأملاح، إلى طين بركاني، إلى طقس معتدل وطبيعة خلابة.¹

5. **السياحة الرياضية:** وهي السفر من مكان إلى آخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها، وعن الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة فنجدها متمثلة في ممارسة رياضة الغوص والانزلاق على الماء والصيد... الخ ويشترط في ممارستها توافر المقومات الخاصة بها من الشواطئ الساحرة بالإضافة إلى الملاعب والصالات وحمامات السباحة إذا كان الغرض إقامة الدورات والمسابقات الدولية.²

ويشير **أشرف سمير الميداني (1998)** إلى أهمية السياحة الرياضية بأنها أحد أهم عوامل الجذب السياحي الحديثة التي تحقق التنوع والتغير في مصادر الجذب السياحي، حيث أن المجال الرياضي الذي كان منذ القدم أحد الوسائل الهامة للتعارف والترويح عن النفس وإظهار القوة والقدرة البدنية، أصبحت الآن أحد الوسائل السياحية التي يتهافت عليها الإنسان من كل مكان لممارسة أو مشاهدة أوجه الأنشطة الرياضية التي يفضلونها في بلد ذات طبيعة سياحية وموارد وعوامل جذب سياحية، فيسهم في تنشيط حركة السياحة سواء الداخلية أو الخارجية، مما يؤدي إلى زيادة الدخل الوطني وبالتالي زيادة معدل دخل الفرد.³

فالسياحة الرياضية تقع ما بين ممارسة وإشباع الهواية من جهة والاحتراف من جهة أخرى، وكلاهما مصدر لجني العائد والمكاسب والمنافع لكافة العاملين في مجال السياحة وكافة المتعاملين معها ومع السائح سواء تم ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

أما عن وسائل الترفيه فهي كل التيسيرات لممارسة رياضة السباحة وركوب القوارب والتسلية... الخ التي تعد مظهرها هاماً لأي منتج بحري ولكل مركز سياحي، وسبل أو وسائل الترفيه إما طبيعية مثل الشواطئ وصيد الأسماك وفرص التسلق ومشاهدة المناظر الطبيعية، وإما صناعية بيد الإنسان مثل الشواطئ الرملية المجهزة والمحميات والحدائق والملاعب الكثرثانية والمتنزهات العامة.⁴

¹ زيد منير، الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2012، ص 158.

² آمنة أبو حجر، مرجع سابق، ص 75.

³ أبو بكر عوني عطية علي، التخطيط لموارد السياحة الرياضية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 79.

⁴ محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 16.

6. **سياحة المؤتمرات والاجتماعات:** وتشمل تنقل السياح سواء من رجال الأعمال أو من عامة الناس قصد حضور تجمعات دولية، تظاهرات اقتصادية في إطار عمل أو تنظيم دولي أو مجرد معرض دولي للتعرف والانفتاح على العالم الآخر على حسب طبيعة المعرض.¹
7. **السياحة الترفيهية:** وهي من أقدم الأنماط السياحية وأكثرها انتشارا، وتعتبر دول حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة لاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الخلابية والتي تفرعت منها الأنواع الأخرى للسياحة كالسياحة الرياضية والعلاجية، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر ويتم ممارسة الأنواع الأخرى من السياحة معها ويطلق عليها هنا الهوايات مثل صيد الأسماك والغوص تحت الماء والذهاب إلى المناطق الصحراوية والجبلية والزراعية.²
8. **سياحة المشتريات:** هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة، حيث تسعى كثير من الدول التي تنخفض فيها كلفة اليد العاملة ولديها وفرة في الإنتاج أن تصبح سوقا رائجا ورخيصة تعرض فيه جميع أنواع البضائع بأسعار رخيصة بهدف جذب أكبر عدد من السياح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة ومتعددة وكذلك أماكن إقامة متنوعة.³
9. **السياحة الاقتصادية:** ويطلق عليها أيضا سياحة الأعمال، وقد كان الدافع المادي التجاري منذ القدم من العوامل المهمة في حركة الأسفار ويأتي في مقدمتها حضور المعارض الدولية، وتطورت هذه السياحة في الآونة الأخيرة من أجل إنجاز أعمال المشروعات وأصبحت تنمو بسرعة ويرجع ذلك إلى تطور ونمو العلاقات الاقتصادية الدولية وتزايد المشروعات الضخمة المتعددة الجنسية، كما أدى التوسع في الاستثمارات في الأسواق العالمية المختلفة إلى التوسع في إرسال الوفود من الخبراء إلى الخارج، وهذه الفئة تحتاج إلى خدمات سياحية مثل النقل، الإيواء، خدمات الإطعام والشراب وزيارات ترفيهية.⁴
10. **السياحة الطبيعية والبيئية:** أصبحت هذه السياحة تحتل مكان السياحة التقليدية وخاصة عبر إتجاه شعوب الدول الصناعية إلى الدول النامية هربا من المدن المكتظة بالسكان والضوضاء والتلوث إلى أحضان الطبيعة لاستعادة الهدوء وراحة النفس والأعصاب وتنشق الهواء النقي هذا من جهة، ومن جهة أخرى

¹ <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base> consulté le: 03/01/2018.

² عبد الكريم حافظ، مرجع سابق، ص ص 227-228.

³ ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 63.

⁴ أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، مرجع سابق، ص 82.

للتعرف على عادات السكان المحليين ومشاطرتهم حياتهم ومأكولاتهم المحلية بكل بساطتها وفوائدها.¹ أي أن السياحة البيئية هي شكل من أشكال السياحة التي تنطوي على السفر إلى المناطق الطبيعية الهادئة وغير الملوثة ، ووفقا لتعريف السياحة البيئية الذي وضعته الجمعية الدولية للسياحة البيئية (TIES) في عام 1990 فإن السياحة البيئية هي "السفر المسؤول إلى المناطق الطبيعية الذي يحافظ على البيئة ويحسن رفاهية السكان المحليين" والسياحة البيئية لا ينبغي أن تنسجم مع الطبيعة فقط على حساب التضحية بالبيئة على العكس من ذلك ، ينبغي للسياحة البيئية أن تؤهل البشر في الوقت الحاضر لتقاسم المناظر الطبيعية مع الجيل المستقبلي وبفرص متساوية.²

ويشير باسكال Pascal Languillon رئيس الجمعية الفرنسية للسياحة البيئية (ATE) إلى أن هذا النوع من السياحة البديلة يترجم من خلال الرحلات التي تتمحور حول الطبيعة ومحكاة الثقافات التقليدية للمجتمعات الطبيعية، وتكمن مبادئها في النقاط الأساسية التالية:³

أ. حماية المناطق الطبيعية من خلال تدابير وقائية للحفاظ على البيئة والتنوع الحيوي؛

ب. توعية السياح وتوجيه المجتمعات المحلية إلى أن دورهم يكمن في حماية حقوقهم البيئية ومن خلال المزايا الاقتصادية لهذا النوع من السياحة توجه مداخلها لتمويل أعمال المنظمات الهادفة إلى حماية

الموروث البيئي؛

ت. تعزى المشاريع المنشأة وفرص العمل بالدرجة الأولى للسكان المحليين.

المطلب الثالث: أهمية السياحة

لقد أصبحت السياحة قناة من قنوات الاتصال وظاهرة من ظواهر عصرنا الحديث فهي أداة لنقل المقومات الحضارية والثقافية وبالتالي فهي تكتسي أهمية خاصة كما أنها تكتسب خصوصيتها من عدة جوانب يمكن التطرق إليها فيما يلي:

أولا- الأهمية الاقتصادية للسياحة:

إن التأثير الايجابي الرئيسي للسياحة هو مساهمتها في الاقتصاد الوطني، ففي أهم الوجهات السياحية فإن الزيادة في عدد السياح تسير جنبا إلى جنب مع الارتفاع في الناتج المحلي الإجمالي، مما أدى إلى الارتفاع في

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مجد للمؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003، ص 51.

² Jaime A. Seba, *Eco tourism and Sustainable Tourism new Perspectives and Studies*, Apple Academic Press, New York, 2012, p122.

³ بن سحنون سمير، خالد لتييم، فرص التنمية السياحية المستدامة في المشروع النموذجي لأكبر نظام بيئي بحري للمتوسط دراسة حالة الحظيرة الوطنية لتازة جيجل، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014، ص5.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

معدلات النمو والتوظيف بمستوى أعلى من معدلات العديد من الاقتصاديات التي لا تخصص في السياحة، بالإضافة إلى ذلك فإن السياحة تعد أحد مصادر الدخل الرئيسية في ميزان مدفوعات العديد من البلدان حتى أنها تتجاوز إيرادات صادرات السلع وبالتالي يمكن للسياحة أن تقدم مساهمة مهمة للتطوير الاقتصادي.¹

وأشار المجلس العالمي للسفر والسياحة في إحصائياته لسنة 2016 أن السياحة تساهم في مداخيل الاقتصاد العالمي بنسبة 10.2% وهو ما يقابل 7.6 ترليون دولار أمريكي، كما تساهم في تشغيل 292 مليون فرد في صناعة السياحة.²

كما تتمتع السياحة بإمكانيات كبيرة ودور تنموي بإعتبارها رافدا لنفقات الزائرين والسياح القادمين من الخارج نظير ما يدفعونه على خدمات السفر والرحلات والزيارات المنظمة والإقامة والمأكل والمشرب والنقل والترفيه والنشاطات الثقافية والرياضية والتسوق وغيرها، ويمكن حصر الأهمية الاقتصادية للسياحة في النقاط التالية:

1. **توفير العملات الصعبة:** تعتبر السياحة من المصادر المباشرة والرئيسية في توفير العملات الصعبة من خلال إنفاق السياح على تذاكر الطيران ووسائل النقل والإيواء والطعام والشراب والضرائب الحكومية وغيرها من العائدات المتأتية من الخدمات والنشاطات السياحية.³
2. **تعتبر السياحة مصدرا مهما من مصادر الدخل:** لما تدره من فائدة على القطاعات الأخرى وكذا تصنيفها من المركبات الثلاثة الأساسية للتبادل الاقتصادي العالمي للسلع والخدمات بعد البترول وصناعة المحركات والسيارات.⁴
3. **الترباط مع القطاعات الاقتصادية:** يتواكب النمو السياحي مع الانتعاش الاقتصادي في قطاعات عديدة تتأثر إيجاباً أو سلباً بالقطاع السياحي ومنها الزراعة، النقل والصناعات التقليدية وغيرها فصناعة السياحة تلعب دوراً رئيسياً في الدخل الوطني للدولة من خلال مساهمتها المباشرة واتساع حجم السوق الاستهلاكي للقطاعات الاقتصادية الأخرى، فكلما زادت إيرادات العملة الصعبة فإنها تدعم بدورها ميزان المدفوعات.⁵

¹ Javier Capó, Elisabeth Valle , *The Macroeconomic Contribution of Tourism*, nova science publishers, new york, 2008, p 201.

² <https://www.wttc.org/research/economic-research-economic-impact-analysis> consulté le: 03/01/2018.

³ محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 34.

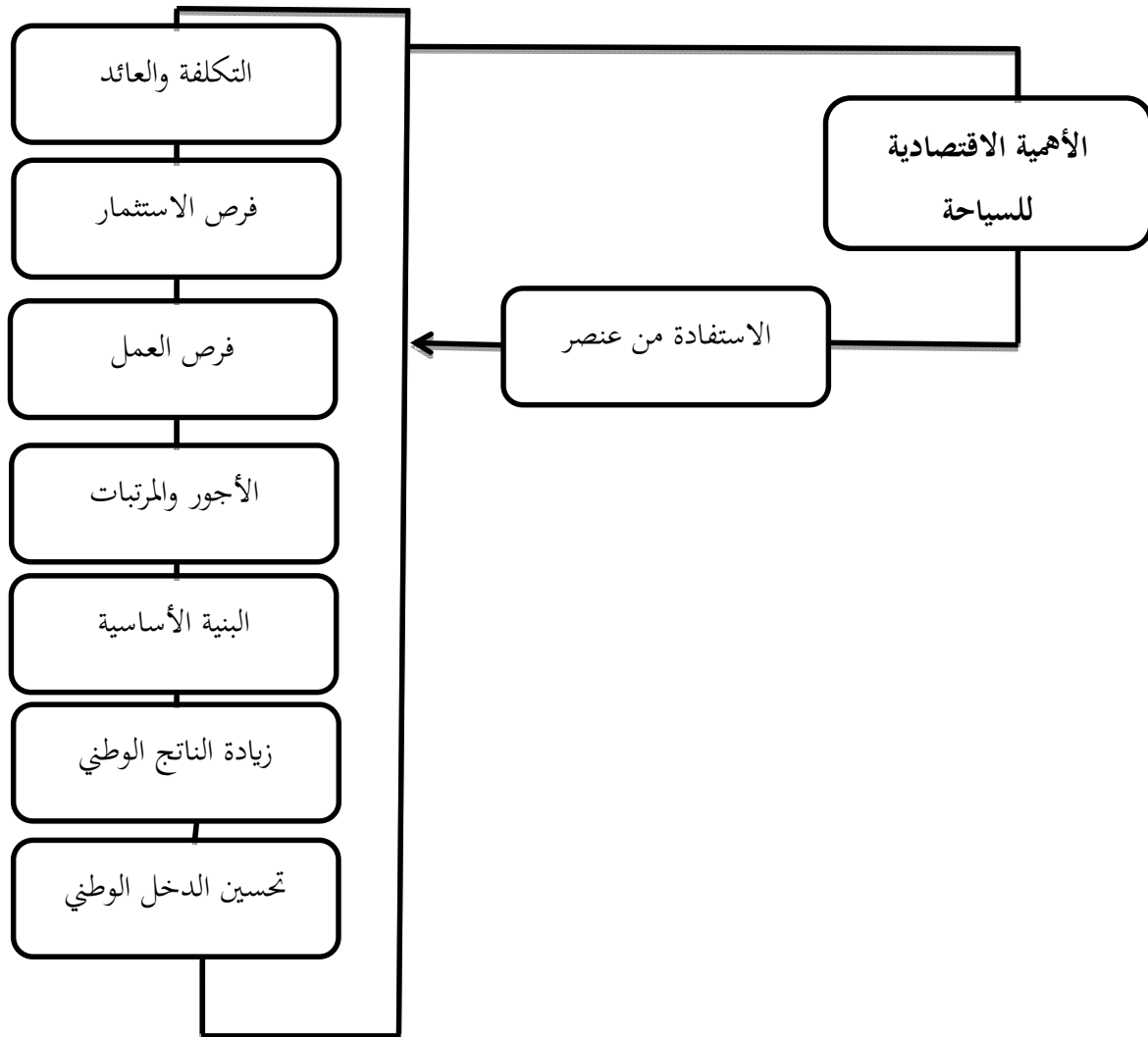
⁴ Huguette Durand , *Economie Politique du Tourisme*, librairie générale de droit et de jurisprudence, paris, France, 1994, p 71.

⁵ محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، مرجع سابق، ص 34.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

4. توفير فرص عمل: تعتبر السياحة عامل ممتص للبطالة وذلك من خلال قدرتها على خلق مناصب شغل مختلفة مما يخفف من حدة شبح البطالة في الدول السياحية.¹
5. لقد واكب زيادة أعداد المقاصد السياحية مع مرور الوقت نموا بالاستثمارات والنشاطات التي شهدتها تطور قطاع السياحة مما أسهم بتحويل السياحة الحديثة إلى عامل رئيسي للتقدم الاجتماعي والاقتصادي من خلال فرص العمل والمشاريع وتطوير البنية التحتية.² ويمكن تلخيص الأهمية الاقتصادية للسياحة وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (1-3): الأهمية الاقتصادية للسياحة



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة النشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009، ص 40.

¹ OCDE, *Politique du Tourisme et Tourisme international dans les pays de L'OCDE 1992-1993*, Etude spéciale « Tourisme et Emploi », Paris , France, 1995 , p 37.

² محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، مرجع سابق، ص 35.

ثانيا- الأهمية الاجتماعية والثقافية للسياحة:

تعد السياحة صديقة المجتمع فهي تقوم على الاستفادة الكاملة مما هو متاح في المجتمع من موارد أو من أفراد وهي سياحة مؤثرة ومتأثرة به بشكل واضح وصريح، وتتمثل الفوائد الاجتماعية المترتبة عن السياحة فيما يلي:¹

1. **تنمية الأذواق وإقتباس الثقافة:** لكل مجتمع بشري ثقافته الخاصة المتميزة التي تختلف في مجموعها عن ثقافة أي مجتمع آخر، وتعتبر السياحة وسيلة اجتماعية حضارية لتنمية الثقافة بين شعوب ومجتمعات الدول السياحية، حيث تكتسب هذه الدول المعرفة والخبرات والمهارات الثقافية المختلفة من سائحي الدول القادمين إليهم كاللغة والأفكار السليمة البناء؛

2. **التطور الاجتماعي:** ينشأ التطور الاجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلية للسائحين نتيجة الاحتكاك المباشر بين السائحين أنفسهم وأفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة كالفنادق وغيرها أو في وسائل التنقل المختلفة أو في محلات السلع السياحية أو أثناء التجول في المناطق والمزارات السياحية أو غير ذلك من الأماكن التي يكون فيها اتصال السائح بأبناء الدولة اتصال مباشر، ويأخذ هذا التطور أشكالا وصورا كثيرة مثل اكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين كاحترام القوانين والنظم التي تصدرها الدولة وآداب السلوك والتعامل مع الآخرين، كذلك الصدق والأمانة والإخلاص والنظافة وحب الاستطلاع والمعرفة والاعتماد على العلم في مختلف أمور الحياة إلى غير ذلك من الجوانب الاجتماعية الهامة، كما تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين الأفراد مما يحقق التطور الاجتماعي؛

3. **النمو الحضاري:** تعمل السياحة على زيادة الاهتمام بالقيم والمعالم الحضارية والفنية في الدول التي تستقبل السائحين، حيث تهتم هذه الدول بإقامة المسارح ودور الأوبرا وصلات العرض الكبرى ودور السينما إضافة إلى المعالم الحضارية الأخرى التي ترتبط بحركة النمو والازدهار السياحي، كما هو الحال في كثير من الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية حيث تمكنت من تحقيق التوازن الحضاري في كثير من مناطقها السياحية مما أدى إلى تقدمها ونموها حضاريا.

ثالثا- أهمية السياحة من المنظور السياسي والإنساني:

لقد امتدت آثار السياحة إلى عدة نواحي ومجالات ولا يمكن إغفال المجال السياسي حيث تعمل الحكومات والدول جاهدة على الحد من التنازع والصدام وتعمل على الاستقرار الأمني وما يتبعه من استقرار سياسي

¹ عبد القادر إبراهيم الحماد، ناصر محمود عبد، مرجع سابق، ص ص 145-146.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

وذلك على الرغم من اختلاف تباين المذاهب والعقائد لدول العالم المختلفة، وذلك الاختلاف تثيره بعض التيارات المتعارضة، ويؤدي إلى حدوث نوع من التوتر والقلق والصراع في بعض الأوقات، ويبرز هنا دور السياحة في التقريب وإزالة المتناقضات وجعل التفاهم والتجاوب بين الشعوب متاح فالسياحة وسيلة لاختلاط الشعوب ومعايشة الجنسيات المختلفة بعضها لبعض وبالتالي التعرف على القيم والتقاليد والعادات التي تحكم تلك الشعوب وذلك يسهم في احترام كل منهم للآخر، وتقييم الصلات القوية وتنشأ الصداقات بين الشعوب بما تمثله من تلاحم وينتشر السلام في العالم، كما تعد السياحة أسلوباً دائماً ومستمر لنقل الثقافة العالمية وبالتالي يبرز دورها المهم كركيزة للسلام وتعميقه.¹

وتتميز الدول النامية بصفة عامة بانخفاض درجة الاستقرار السياسي إذا ما قورنت بالدول المتقدمة، ورغم عدم وجود إتفاق عام بين الباحثين والمتخصصين في علوم السياسة والاقتصاد على تحديد المعايير الممكن إستخدامها للحكم على مدى استقرار دولة ما سياسياً غير أن هناك الكثير من المؤشرات الممكن إستخدامها للتنبؤ بدرجة هذا الاستقرار في الدولة فارتفاع معدل التضخم وانخفاض نصيب الفرد من الدخل الوطني والبطالة والحرب الأهلية والتطرف السياسي أو الديني من قبل بعض الجماعات وغيرها تعتبر عوامل تهدد الاستقرار السياسي والسلام الاجتماعي في الدولة، وبالتالي فإن تطوير وتحديث القطاع السياحي وما يمكن أن يحققه من نتائج إيجابية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية قد يساهم مساهمة بناءة في حل الكثير من المشكلات السابق ذكرها، ومن ثم تزداد درجة الثقة والتأييد الجماهيري للقيادات السياسية، كما أن ارتفاع درجة الثقة بين الجماهير والقيادة السياسية والسلام الاجتماعي في الدول يمكن أن يؤدي بإفتراض ثبات العوامل الأخرى إلى تنمية الحركة السياحية وزيادة الموارد المالية للدولة مما يزيد قدرتها على الإنفاق في مجالات الاستثمار والخدمات الاجتماعية المختلفة بالإضافة إلى تنمية وخلق علاقات تجارية وسياسية بين الدول ودول العالم الأخرى.²

كما تعد السياحة نشاطاً إنسانياً يمارسه الإنسان حيث توفر له الحياة الجميلة وتقدم له:³

- العلاج من القلق والتوتر وتوفير الراحة والاستجمام والابتعاد عن ضغوط الحياة السلبية وعصبيتها ليتحقق الشعور بالراحة؛

- استعادة الحيوية والدافعية والتوازن العقلي والعاطفي الذي يحتاج إليه الإنسان لمواصلة الحياة؛

¹ وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص ص 187-188.

² نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص ص 17-18.

³ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سابق، ص 44.

- إمتلاك القدرة على صفاء النفس وسلامة الوجدان وصحة ويقظة الحواس الخمسة وسلامة الضمير والحس الأخلاقي وإعلاء شأن المبادئ الحميدة.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي

تعد مشاريع الاستثمار في الموارد السياحية بمختلف أشكالها أحد أهم مصادر رؤوس الأموال اللازمة لدفع عجلة النمو الاقتصادي وزيادة الطاقات الإنتاجية لأي دولة، لذلك سعت الكثير من الدول إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي والعمل على وضع استراتيجيات خاصة به للاستفادة من مزاياه وفوائده.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وخصائصه

سنحاول في هذا المطلب تقديم مختلف التعاريف عن الاستثمار السياحي بالإضافة إلى ذكر خصائصه ومميزاته التي يتميز بها.

أولاً- مفهوم الاستثمار السياحي: لقد وردت عدة تعاريف للاستثمار السياحي نورد البعض منها فيما يأتي:

يعرف الاستثمار السياحي بأنه: "أوجه ومجالات الإنفاق والتمويل الاستثماري الهادفة لتطوير وتحسين مكونات المنتج السياحي ليلائم الطلب المتوقع عليه وبما يخدم أهداف التنمية السياحية المستدامة في ظل ظروف بيئية ذات أبعاد اجتماعية وتراثية وثقافية واقتصادية وحضارية ومادية شديدة التعقيد، وبما يضمن تعزيز القيمة المضافة الكلية على المستوى الاقتصادي" أي أنه "سلسلة من المصروفات تعقبها سلسلة من الإيرادات في فترات زمنية متعاقبة وتأجيل لعوائد ومنافع فورية لكي تتحقق في المستقبل بصورة مرضية تتسم بالتنظيم وتعظيم النتائج بتخصيص جانب من الموارد المتاحة في استخدامات معينة، وهو ما يستلزم تعزيز العلاقات التشابكية بين القطاعات الاقتصادية المختلفة في إطار رؤية اقتصادية كلية"¹.

كما يعرف على أنه: "القدرة الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة وزيادة تحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات المختلفة لهذا النشاط"².

كما يعرف الاستثمار السياحي أيضاً على أنه: "استثمار مادي وعملية خلق لرأس مال حقيقي - شراء أراضي، بناء أو شراء مباني، إيجاد أو اقتناء معدات وأدوات قابلة للإهلاك - يكون الهدف الأساسي منه

¹ إبراهيم أحمد سعيد، فتن فريد مجّد، مقومات الاستثمار السياحي في محافظة اللاذقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، العدد 2، 2016، ص 193.

² فاطمة فرج سعد، الاستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، العدد 19، 2015، ص 4.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

تنمية وتطوير الحركة السياحية، حيث تتمتع السياحة باستثمارات هامة في الاقتصاد الوطني للدولة من خلال علاقتها المتعددة مع القطاعات الأخرى والآثار المضاعفة لها.¹

وهناك تعريف آخر للاستثمار السياحي على أنه عملية التكوين لرأس المال، أي العلاقة التي تربط بين الاستثمار المحقق في القطاع السياحي من فنادق، مطاعم ومقاهي وعملية خلق رأس المال والتي من خلالها تساهم السياحة في عملية التنمية الاقتصادية للدولة وخلق مناصب عمل.²

أما المنظمة العالمية للسياحة فقد أكدت على قواعد الاستثمار في السياحة وبلورت أسس التنمية الاستثمارية في مجالات التخطيط السياحي ودراسات التنمية، وقد عرفت المنظمة العالمية للسياحة التنمية الاستثمارية للسياحة كما يأتي: "التنمية الاستثمارية للسياحة هي التنمية التي تلي جميع إحتياجات السياح والمحافظة على بيئة المواقع السياحية وحمايتها من التدهور إلى جانب حماية وتوفير الفرص التطويرية للمستقبل، وتهدف التنمية الاستثمارية إلى تحقيق إدارة ناجحة وملائمة للموارد الطبيعية بحيث تحقق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية ويتحقق معها التكامل الثقافي والبيئي والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".³

كما يقصد بالاستثمار السياحي توفير رؤوس الأموال وتوجيهها إلى إقامة مشروعات سياحية سواء في جانب العرض السياحي كالفنادق والمنتجعات والقرى السياحية والمطاعم والمتنزهات والأماكن السياحية والمزارات الدينية وشركات النقل السياحي وغيرها، أو في جانب الطلب السياحي كالمعارض وشركات التسويق والترويج والإعلام وغيرها، أو في جانبي الطلب والعرض كما في شركات ووكالات السفر والسياحة التي تتعامل مع الطرفين، ولا تقتصر رؤوس الأموال على رؤوس الأموال الوطنية وإنما ينضم إليها رأس المال الأجنبي من خارج الدولة، ويرتبط ذلك بتوفير مناخ ملائم من إكتمال البنية الأساسية والتشريعات الميسرة، والحوافز المشجعة والمعلومات المتاحة بشفافية ونظم الإدارة العامة المتطورة، كما يعد توفير دراسات الجدوى للمشاريع السياحية عنصراً أساسياً في حفز وجذب الاستثمار إليها.⁴

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن إعطاء تعريف شامل للاستثمار السياحي: "الاستثمار السياحي هو تلك العملية التي يتم من خلالها توجيه الأموال للاستثمار في قطاع السياحة من أجل تكوين رأس المال

¹ Béatrice de la Rochefoucauld, *Economie du Tourisme*, Bréal, oberthur graphique à rennes, 2007 , P 52.

² *Indicateurs du Tourisme Durable en Tunisie*, Ministère de l'environnement et du développement durable, république tunisienne, OTEDD, Tunisie, 2010 , P 11.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 122.

⁴ الاستثمار السياحي بالمملكة العربية السعودية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

المادي لتحسين مكونات المنتج السياحي وكذا إعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة بإعتباره العنصر الجوهرى في تقديم الخدمة السياحية".

ويمكن أن يأخذ الاستثمار السياحي الأنواع التالية:¹

أ. الاستثمار السياحي المباشر: يشير الاستثمار السياحي المباشر إلى عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية أو أجنبية وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار وحسب الاتفاقيات التي تجرى بين طرفي الاتفاق وهم الدولة المضييفة والمستثمر العربي أو الأجنبي وربما تسمح له الاتفاقيات بإدارة استثماراته من بلده بواسطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه، أما عن كون الاستثمار سياحي فهو أن يكون توظيف الأموال في قطاع السياحة فالمستثمر يقدم رأس المال وتقدم الدولة المضييفة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الاستثمار في المواقع السياحية الأثرية والتاريخية والدينية، وطالما هو استثمار فهو ينطوي على أفق زمني طويل لأنه استثمار في موجودات ثابتة ذات عمر اقتصادي طويل الأجل وقد لعبت الشركات المتعددة الجنسية دورا واضحا وكبيرا في هذا النوع من الاستثمار؛

ب. الاستثمار السياحي غير المباشر: يمكن للمستثمر أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضييف، كأن يكون في الأوراق المالية الأسهم والسندات أو قروض لشركات دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة ويسمى هذا النوع من الاستثمار استثمار غير مباشر أو استثمار محفظي، ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت السياحية في المواقع الأثرية والتاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية داخل الوطن أو خارجه وبالتالي تمكين المستثمر المحلي أو الأجنبي من المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة وذلك بامتلاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الاستثمار ويشار إلى أن هذا الاستثمار أكثر سيولة من النوع السابق لأن المستثمر باستطاعته بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع ودخول مالك جديد هو المستثمر الذي إشتري ما باعه المستثمر السابق وغالبا ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وصناديق التقاعد وشركات التأمين والمصارف الاستثمارية.

¹ موسى بن منصور، الاستثمار السياحي ضمن برامج ومخططات التنمية السياحية في الجزائر والآثار المترتبة عنها على مؤشرات التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 17، 2017، ص 223.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ثانيا- خصائص الاستثمار السياحي: يتميز الاستثمار السياحي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي الاستثمارات الأخرى نذكر منها:¹

- الاستثمارات السياحية تكون في أصول ثابتة ولمدة طويلة من 20 سنة إلى 25 سنة مما يترتب عليها عدة تغيرات سياسية واجتماعية ذات مخاطر متفاوتة؛
 - تحتاج الاستثمارات السياحية إلى مستوى عال من التشغيل وعمالة مدربة ومؤهلة لذلك؛
 - الاستثمارات السياحية لا تحتاج إلى عناصر معقدة كالتيكنولوجيا مثلا فهي تعتمد بشكل كبير على العنصر البشري؛
 - تساهم الاستثمارات السياحية في دعم اقتصاد أي دولة من خلال ما توفره من فرص عمل جديدة تساهم في الدخل السياحي؛
 - تعد الاستثمارات السياحية من الصادرات غير المنظورة ولا يمكن نقلها من مكان لآخر.
- كما يمتاز الاستثمار في النشاط السياحي بالميزات التالية:²
- تمثل الأصول الثابتة نسبة عالية من إجمالي الأصول(الأصول الثابتة مثل الأرض، المباني، الآلات، المعدات والأثاث)؛
 - ارتفاع نسبة المكون الأجنبي في الاستثمار السياحي لأن أغلب إحتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة وغالية الثمن وبالعملة الصعبة، فالأطعمة والمشروبات وتأثيث وسائل الإيواء تتطلب الاستيراد لكي تتوافق مع حاجات الضيوف خاصة الأجانب؛
 - ارتفاع تكلفة التأسيس وهي التكاليف الاستثمارية أو الرأسمالية؛
 - فترة إسترداد رأسمال المشروع تكون طويلة؛
 - التكامل مع أوجه الاستثمار الأخرى سواء مشروعات بنية أساسية أو غيرها، فلا بد من وجود تكامل بين القطاع السياحي والمشروعات الأخرى فهو يعتمد إعتمااد كلي وأساسي على القطاعات الأخرى مثل قطاع الزراعة، الصناعة... الخ.

¹ خالد كواش، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص ص 44-45.

² موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سابق، ص 119.

المطلب الثاني: مجالات وأهداف الاستثمار السياحي

أولاً- مجالات الاستثمار السياحي: إن المجالات التي يغطيها الاستثمار في القطاع السياحي عديدة ومتنوعة وتمثل فيما يلي:

1. مجال الإيواء السياحي: ويضم الفنادق والدور السياحية الجاهزة ودور الاستراحة والمجمعات والمدن والقرى السياحية والشقق وغيرها من أماكن الإيواء المساعدة والتكميلية؛

2. مجالات اللهو وقضاء الفراغ: ويضم المقاهي والمطاعم والمساح السياحية ومحطات الاستراحة وحمامات المياه المعدنية والعلاجية... الخ؛

3. مجال التعليم والبحث العلمي: وتشمل الكليات والمعاهد ومراكز الدراسة السياحية والدراسات المهنية لإعداد كوادر سياحية إضافة إلى البعثات الدراسية والتعاقد مع المنظمات السياحية لغرض تدريب الكوادر وإستضافة الخبراء السياحيين؛

4. مجال الإدارة السياحية التكميلية: وتشمل إنشاء البنايات والعمارات والدوائر المخصصة للمرافق السياحية وصيانة هذه البنايات ومستلزمات العمل الإداري كافة من أجهزة ومعدات وحاسبات وشبكات اتصال ولوازم أخرى؛

5. مجال الترويج والإعلام السياحي: ويضم مراكز الاستعلامات والخدمات السياحية ومكاتب الحجز السياحي وكل النفقات المخصصة لطبع الكراسات والبوسترات السياحية عن الدول وعن معالمها السياحية وما يستلزم خدمة الإعلام السياحي؛

6. مجال المسح السياحي: ويعني كل النفقات التي تخصص لأغراض عمليات المسح وما يرافقها من إنفاق آخر لنجاح الإحصاء السياحي سواء كان للمشاريع السياحية أو للسياح القادمين ولبيان آرائهم ودراسة مقترحاتهم؛

7. مجالات النقل والمواصلات: وتشمل استثمارات حكومية لإقامة مطارات مدنية وموانئ وأرصفت نهرية ومحطات للزوارق النهرية، استثمارات مخصصة لإقامة الطرق البرية المخصصة لأغراض سياحية، استثمارات مخصصة لإقامة نقاط بريدية واتصالات خدمية ضمن المرافق السياحية.

ثانياً- أهداف الاستثمار السياحي: الاستثمار السياحي كمنشأ اقتصادي له أهداف عديدة ومتنوعة منها ما هي أهداف اقتصادية وأخرى سياسية وأهداف اجتماعية، وتتجلى هذه الأهداف في:

1. أهداف اقتصادية وتمثل في:

- توفير رأس المال اللازم لدفع عجلة النمو الاقتصادي وزيادة الطاقة الإنتاجية في أي دولة من الدول؛
- خلق مشروعات تنموية تؤمن عوائد اقتصادية للبلد وتنشط الدورة الاقتصادية؛

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- تنمية وتأهيل مناطق الجذب السياحي بهدف زيادة العائدات السياحية التي تساهم في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات.

2. أهداف سياسية وتتمثل في:

- رفع مكانة الدولة سياسيا من خلال زيادة القدرة الأمنية وأداء النظام السياسي بشكل قوي؛
- تعزيز القدرات التفاوضية للدولة مع الدول والمنظمات الأخرى؛
- تغيير سلوك الأفراد وإنتظامهم في المنظمات والمشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في المجتمع تؤكد أمن الدولة.

3. أهداف اجتماعية وهي:

- رفع مستوى المعيشة؛
- سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين أقاليم الدولة المتطورة وغير المتطورة من خلال الحد من الهجرة الداخلية وهذا عن طريق تطوير مناطق الجذب السياحي؛
- القضاء على كافة أشكال الفساد الاجتماعي والأمراض الاجتماعية الخطيرة التي تفرزها البطالة من خلال خلق فرص عمل جديدة.¹
- كما يهدف الاستثمار في قطاع السياحة إلى المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة بهدف ضمان الاستمرار بصلاحيته استخدامها في المستقبل لأن أهمية الاستثمار في السياحة مرتبطة بإعتماد السياحة على تلك الموارد كجاذبات وكسلب تجذب السياح، فمعالم البيئة الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية والأثرية هو رأس المال الثابت، فإذا كانت تلك الموارد مشوهة أو مهملة فإن السياحة تبقى بعيدة عن التطوير لذا فإن البداية في تحقيق الاستثمار لتلك المواقع تبدأ بحمايتها وصيانتها بشكل يمهد لتطورها وتقديمها ضمن العرض السياحي بالشكل المناسب.²

المطلب الثالث: محددات وآثار الاستثمار السياحي

أولاً- محددات نمو الاستثمار السياحي: يحدد الاستثمار في القطاع السياحي قيود وشروط للتنفيذ والنمو من حيث الحجم والطبيعة ومصادر التمويل، إضافة إلى تأثير التسهيلات والضمانات على زيادته ونموه، فإن هناك مجموعة من المحددات التي تؤثر على نمو الاستثمارات السياحية وهي ما يلي:³

¹ سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، الجزائر، العدد 2، 2017، ص ص 7-8.

² موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سابق، ص ص 122-123.

³ نبيل الروبي، مرجع سابق، ص 24.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

1. **الموقع الجغرافي:** يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق السياحية المختلفة ويعتبر الموقع المناسب القريب من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة عاملا أساسيا في صناعة سياحة ناجحة، ومن هنا فالموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة لإعتبرات التوفير في الوقت وإنخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات مع توفر قدر معين من الاطمئنان بوجود عوامل مشتركة؛

2. **طبيعة ومصدر الاستثمارات:** نظرا إلى أن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية والمنشآت السياحية التي تخدم القطاع السياحي، ونظرا لأن الاستثمارات التي تخدم السياحة مباشرة تتطلب حجما كبيرا من التمويل تجعل المستثمرين فيها يترددون للاعتبارات التالية:¹

- بقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة تتراوح من 20 إلى 25 سنة مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة للتغيرات السياسية والاجتماعية؛
- موسمية الطلب في المناطق السياحية يؤدي إلى عدم إمكانية تحقيق معدلات مرتفعة من الأعمال وبالتالي عدم إمكانية تحقيق الأرباح المرجوة؛
- إن العائد الصافي من الاستثمار في المشاريع السياحية يكون ضئيل لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر.
- ونظرا لأن طبيعة الاستثمار في القطاع السياحي تعتبر ضخمة فضلا على أنها تتطلب رؤوس أموال كبيرة، حاولت بعض الدول تقديم قروض طويلة الأجل لتمويل هذه الاستثمارات لتعطي فرصة لأنشطة المستثمرين المحليين مع بقاء الأرباح داخل السوق السياحي المصدر لإعادة استثمارها، ومن جهة أخرى قد تعتمد بعض الشركات الكبرى التي تمتلك سلاسل من المنشآت السياحية إلى الاستثمار في الدول الأخرى ومثال ذلك سلسلة فنادق HILTON , SHERATON, وسلسلة مطاعم MCDONALD.. الخ

3. **تقرير حوافز للمشروعات السياحية:** تتراوح الإجراءات التي تتخذها الدول في سبيل دعم صناعة السياحة بين تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات الخاصة وحتى تزويد المستثمرين بمساعدات مالية وتنوع أشكال المساعدات الحكومية التي تمنحها الدول للمستثمرين في القطاع السياحي والفندقي كما يلي:²

- تخفيض تكلفة الاستثمار ويتضمن هذا العمل على خفض التكاليف الاستثمارية للمشروعات السياحية عن طريق منح دعم لرأس المال ومنح قروض بأسعار فائدة مميزة والسماح بإعفاءات ضريبية على

¹ Huguette Durand et autres, « *économie et politique du Tourisme* », librairie général de droit et de jurisprudence, Paris, 1994, PP 116-119.

² موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سابق، ص ص 271-275.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- مستلزمات الإنشاء وكذلك على بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين بأسعار تقل عن الأسعار السائدة في السوق؛
- تخفيض تكاليف التشغيل ويمكن تحقيق هذا عن طريق الإعفاءات الضريبية والإعفاءات الجمركية على الأجهزة المستوردة لخدمة القطاع السياحي ودعم برنامج تدريب العاملين؛
 - ضمانات الاستثمار والهدف من هذه الضمانات تأمين حقوق المستثمرين وخاصة الأجانب منهم؛
 - الدعم المالي والذي يكون عبارة عن مبالغ نقدية تمنحها الدولة للقائمين بتنفيذ المشاريع السياحية مع عدم مطالبتهم بردها؛
 - القروض المميزة وتمثل في القروض التي تقدمها الحكومة للمستثمرين في المشروعات السياحية بسعر فائدة أقل من السعر السائد في السوق؛
 - ضمانات القروض حيث تقوم الحكومات أو الهيئات المتخصصة التابعة لها بضمان القروض التي تمنحها البنوك التجارية لتنمية المشروعات السياحية؛
 - دعم عمليات الفوائد المنخفضة ويتمثل الدعم هنا في إلزام الحكومة بسداد الفرق بين سعر الفائدة المنخفضة على القرض الذي يحصل عليه المشروع السياحي وسعر الفائدة الجاري الذي تفرضه البنوك التجارية ويتيح هذا النظام تمويل عدد أكبر من المشروعات السياحية مما يسمح به نظام القروض المميزة، وتزداد أهمية عمليات الفوائد المنخفضة في السنوات الأولى من العمليات الاستثمارية حيث لا يحصل المشروع على إيرادات في هذه السنوات؛
 - المساعدات المالية لدعم الاستثمار السياحي حيث يقتصر هذا النوع من المساعدات على المشروعات السياحية التي بدأت في نشاطها الفعلي وتمكنت من تحقيق أرباح فعلية، وهناك أشكال عديدة للمساعدات المالية تختلف باختلاف البلدان ومنها مثلا السماح للمشروع السياحي بعمل إحتياطات الاستهلاك الرأسمالي من أرباحه المحققة قبل تحميلها الضرائب مما يخفف من مقدار ضرائب الأرباح.
4. **التخطيط السياحي الواعي:** يعمل التخطيط السياحي على تنظيم الظروف التي تؤدي إلى تنمية سياحية وتعجل بها، وهو عبارة عن وسيلة علمية منظمة ومستمرة تتضمن رسم صورة تقديرية للمستقبل، ويحصل التخطيط السياحي الواعي من خلال حصر وتعبئة الموارد والطاقات السياحية في المجتمع ومن ثم استخدامه أفضل استخدام ممكن للوصول إلى تحقيق أكبر معدل ممكن للنمو السياحي، وعلى ذلك فالتخطيط السياحي ينطوي على تحديد الأهداف، تقدير الموارد، تحديد حجم الاستثمارات، ووسائل تمويلها وإختيار المشروعات التي تتطلبها أهداف الخطة؛

5. **التسويق السياحي النشط:** يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمرا ضروريا بالنسبة لمنتج كمنتج سياحي يعتمد على الرضا النفسي والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، فالمنتج التسويقي الناجح هو الذي يجعل الصناعة على اتصال مستمر مع مستهلكيها، وعلى هذا النحو يعتبر التسويق السياحي محمدا أساسيا للنمو السياحي؛

6. **التنظيم السياحي الفعال:** يتميز السوق السياحي في الوقت الحاضر بإتساع الطلب العالمي وتنوعه وكذا بعرض متماثل تشتد فيه حدة المنافسة كل هذا يتطلب تنظيم جيد وفعال من أجل تطوير السياحة، ويختلف هيكل التنظيم تبعا للأهمية التي توليها الدولة للقطاع السياحي ومدى مساهمة القطاع الخاص وملائمة الظروف السياسية السائدة في البلد، حيث يمكن للقطاع السياحي أن ينمو إذا كان في إطار تنظيمات حكومية وشبه حكومية، ولا يوجد نموذج واحد يمكن أن يعتمد عليه في عملية التنظيم السياحي (وزارة، هيئة، مجلس...) ولكن ما يهم بصفة أساسية هو إعداد جهاز سياحي له الإمكانيات ليقوم بدور فعال في عملية التنمية السياحية.

كما توجد محددات وشروط أخرى للنهوض بالقطاع السياحي ودعم عملية الاستثمار السياحي، والتي نوردتها فيما يلي:¹

7. **التعاون السياحي الجهوي والدولي:** إن التعاون السياحي على المستويين الإقليمي والدولي يساعد على تطوير السياحة ودعم الاستثمارات السياحية ويبرر قيام هذا التعاون عدة عوامل أهمها:

أ. اتساع وتعدد أنشطة المنظمات الدولية والإقليمية المهتمة بالسياحة؛

ب. المشاركة في المؤتمرات الدولية والإقليمية التي تعقدتها هذه المنظمات؛

ت. إمكانية تحقيق التكامل السياحي بين الدول التي تكون معا منطقة سياحية واحدة كدول المغرب العربي ويتم ذلك من خلال الترتيبات السياحية التي تنظم حصول كل بلد على مزايا سياحية بحيث يحل التكامل محل المنافسة؛

ث. تسهيل الرحلات السياحية الطويلة التي تتم عبر عدة دول وذلك تلبية للاتجاه السياحي المتزايد؛

8. **محددات أخرى للتنمية السياحية:** وهي ترتبط أساسا بالعنصر البشري بصفته المتغير الأساسي في هذا النشاط من خلال مستوى دخلة وكيفية توزيعه وتخصيص جزء منه للسياحة، رغباته ودوافعه، مستواه

¹ بوالملح منيرة، بوسعدي الهام، إشكالية تمويل الاستثمار السياحي بالجزائر، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014، ص 6.

التعليمي ودرجة وعيه بأهمية هذا النشاط، الهيكل الاجتماعي والإجازات أي مدى تواجد نظام الحوافز للعلل السياحية.

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

1. التنمية الاقتصادية والتقريب بين المستويات الاقتصادية الإقليمية: الاستثمار بشكل عام عبارة عن دعامة للاقتصاد، والاستثمارات السياحية تظهر آثارها على حجم النقد الأجنبي، فإذا كانت الدولة تعاني من قلة نصيبها النسبي في التجارة الدولية إضافة إلى العراقيل التي تواجهها لزيادة صادراتها وما يتعرض له الطلب من عوامل منها المنافسة والاتجاه للتقليل من استخدام المواد الخام، فتظهر الاستثمارات السياحية كتعويض خاصة إذا كانت تتمتع بمقومات وعناصر جذب سياحي عديدة مغرية ودائمة، فهي لا تحتاج إلى عناصر معقدة خاصة التكنولوجية منها كما أنها تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف مما يحافظ على تراث البلد ويعمل على خلق فرص عمل جديدة كما أن أسعارها منخفضة في الدول النامية، فإذا ما أولت الدول النامية عناية لمجالات الاستثمار في القطاع السياحي فذلك حتما سوف يؤدي دورا بارزا في الإنماء الاقتصادي والاجتماعي الذي يقود إلى التنمية الشاملة، كما أن توزيع المشاريع السياحية على الأقاليم المختلفة للدولة يعمل على تنميتها وتطويرها من خلال خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستويات المعيشة للسكان فيها، مما يؤدي إلى سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين الأقاليم المتطورة وغير المتطورة داخل بلد واحد.¹

2. زيادة الدخل الوطني ودعم ميزان المدفوعات: تحدث السياحة تحولا في بعض الأنشطة التقليدية في البناء الاقتصادي للمجتمع عن طريق الاستثمار في المناطق المختلفة فتزيد مداخيل القوى العاملة في هذا المجال وبالتالي زيادة الدخل الوطني وتزايد معدلات الإنفاق السياحي نتيجة ما ينفقه السائح مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر لهم، وخصوصا أن الشراء بالعملات الأجنبية مما يضيف رصيذا لدخل المجتمع، فالطلب السياحي يخلق قيمة مضافة تؤدي إلى نمو حقيقي في الدخل الوطني عن طريق مختلف القطاعات الإنتاجية التي تتحرك بصورة ديناميكية متفاعلة منتجة للإنفاق والاستهلاك السياحي الذي يخلق دائرة

¹ عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنينا، التخطيط السياحي، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 42.

اقتصادية على المستوى المحلي والوطني، وبالتالي فإن الاستثمار السياحي يؤدي إلى نمو الدخل الوطني وهو الشيء المطلوب في التنمية والأخذ به أمر مهم في العملية التنموية.¹

3. صناعة السياحة أقل منافسة من الصناعات الأخرى: يكون معدل التغير في السوق السياحي بدرجة أقل يقلل من درجة وحدة المنافسة مقارنة بالقطاعات الأخرى التي يعتمد فيها على التكنولوجيا العالية، وهذا ما يلائم أوضاع الدول النامية، وصناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي أساسها العمل البسيط حيث لا تعتمد على التكنولوجيا قدر ما تعتمد على تسويق وترويج للخدمات، كما أن التوسع في الطلب السياحي وحجم السياحة الدولية والداخلية يؤدي لتغيير مماثل في نوعية وأبعاد مختلف منشآت وخدمات صناعة السياحة سواء في الخدمة نفسها أو قيمة الاستثمار وحجمه، لهذا تعد عملية الترويج لعناصر الجذب السياحي وتوفير مناخ الاستثمار والتسهيلات الأساس الأول للانتقال إلى مرحلة الترويج لصناعة السياحة المتاحة بأكملها في البلد نظرا لأنها صناعة مركبة تتطلب استثمارات وخبرات وإعانات.²

ثالثا- آثار الاستثمار السياحي: للاستثمار السياحي العديد من الآثار على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي والبيئي، منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي، وسوف نتطرق فيما يلي إلى مجموعة من الآثار المختلفة للاستثمار السياحي وأهم المعوقات التي تعرقل نموه وسبل دعم وتشجيع هذا النوع من الاستثمارات.

1- **الآثار الاقتصادية للاستثمار السياحي:** تأخذ الآثار الاقتصادية عادة الاهتمام أكبر من الجوانب الأخرى لأنها تؤدي إلى خلق قيمة مضافة، ويمكن تصنيف آثار الاستثمار السياحي على الجانب الاقتصادي إلى آثار إيجابية وأخرى سلبية كالآتي:

أ. **التأثيرات الاقتصادية الإيجابية:**

- **أهمية الاستثمار السياحي في تحسين ميزان المدفوعات:** يتم ذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية في الدولة متزامنا مع ما تحصل عليه من الإيرادات المحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك الداخلية وبالتالي المساهمة في عملية البناء الاقتصادي.³

¹ قريشي العيد، واضح فواز، دور الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي في ترقية السياحة الصحراوية بالجزائر، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 1، 2016، ص 106.

² محمد يونس، سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني والأجنبي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2016/2015، ص

³ [http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/68667/posts/127772.\(21/07/2017\).](http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/68667/posts/127772.(21/07/2017).)

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

وللسياحة أثر كبير على ميزان المدفوعات فدخل السياح الأجانب إلى داخل حدود القطر وإقتنائهم للسلع والخدمات السياحية والوطنية يعني هذا تصديرا غير منظورا للسلع والخدمات السياحية، ويترتب على ذلك دخول رؤوس الأموال وتدوّن في جانب الدائن وبالتالي يزيد رصيد الدولة من العملات الأجنبية.¹

وتأتي تأثيرات النشاط السياحي على عناصر ميزان المدفوعات من عدة أوجه نورد أهمها:²

- المتحصلات السياحية وتمثل في إنفاق السائحين الأجانب (غير المقيمين) في الداخل (الإيرادات من السياحة الدولية)؛
- المدفوعات السياحية وتمثل في إنفاق السائحين الوطنيين (المقيمين) في الخارج (الإنفاق على السياحة الدولية) وتعتبر بندا من بنود التجارة غير المنظورة؛
- متحصلات ومدفوعات خدمات النقل الدولية (شركات الطيران وشركات النقل البحري) وتعتبر أيضا من بنود التجارة غير المنظورة؛
- صادرات وواردات السلع المختلفة للأغراض السياحية وتدخل فيها المعدات والتجهيزات والأثاث والطعام والشراب... الخ المتعلقة بالأنشطة السياحية والفندقية وتعتبر أيضا ضمن بنود التجارة غير المنظورة؛
- متحصلات أو مدفوعات الفوائد والأرباح على الاستثمارات السياحية بالنسبة للدول المصدرة للاستثمارات والمستوردة لها وتدرج أيضا في حساب التجارة غير المنظورة؛
- التحويلات النقدية من جانب العاملين في القطاع السياحي في الداخل أو الخارج وتدخل في حساب التحويلات من جانب واحد؛
- الإنفاق على التسويق السياحي والدعاية والإعلان ونفقات المكاتب السياحية وشركات الطيران والملاحة في الداخل والخارج ويدرج في حساب التجارة غير المنظورة؛
- الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة والفندقة في الداخل والاستثمارات الوطنية في الخارج، وتعتبر أحد بنود حساب رأس المال طويل الأجل.

ويمكن تصور مدى تأثير النشاط السياحي على ميزان المدفوعات إذا أخذنا في الاعتبار العناصر السابقة:

¹ مثنى طه الحوري، مرجع سابق، ص 125.

² نبيل الروبي، مرجع سابق، ص ص 128-129.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

الجدول رقم (1-1): عناصر الميزان السياحي

رصيد + - صافي	مدین - مدفوعات	دائن + متحصلات	النشاط السياحي
			- الإيرادات من السياحة الدولية (إنفاق غير المقيمين في الداخل)؛ - الإنفاق على السياحة الدولية (إنفاق المقيمين في الخارج)؛ - السلع السياحية المصدرة للخارج (كالطعام والسلع السياحية المختلفة)؛ - السلع المستوردة للقطاع السياحي (كالطعام والتجهيزات للمنشآت السياحية)؛ - إيرادات النقل البحري والجوي (استخدام الأجانب لوسائل النقل الوطنية)؛ - الإنفاق على النقل البحري والجوي (استخدام الوطنيين وسائل النقل الأجنبية)؛ - الاستثمارات الأجنبية في المشروعات السياحية في الداخل؛ - الاستثمارات الوطنية في المشروعات السياحية في الخارج؛ - عائدات الاستثمارات الوطنية في المشروعات السياحية المحولة للداخل؛ - عائدات الاستثمارات الأجنبية للمشروعات السياحية المحولة للخارج؛ - تحويلات للداخل من العملة الوطنية في المشروعات السياحية في الخارج؛ - تحويلات للخارج من العملة الأجنبية في المشروعات السياحية؛ - نفقات من جانب الشركات السياحية الأجنبية في الداخل للأغراض السياحية؛ - نفقات من جانب الشركات السياحية الوطنية في الخارج للأغراض السياحية كالدعاية والإعلان...

المصدر: نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، بدون طبعة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص131-132.

ويعتبر الجدول السابق ميزان سياحي يحمل حقلين حقل الصادر (العوائد السياحية) وحقل الاستيراد (الإنفاق السياحي)، فإذا تفوق الحقل الصادر عن حقل الاستيراد فهذا يعني وجود فائض في الميزان السياحي وتكون مساهمة إيجابية للنشاط السياحي في ميزان المدفوعات والعكس صحيح؛

- أهمية الاستثمار السياحي في زيادة الدخل الوطني: إن القطاع السياحي يساهم مساهمة فعالة في زيادة الدخل الوطني ومعدلات النمو في الدخل الوطني بصفته قطاعا اقتصاديا حيويا من قطاعات الاقتصاد

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

الحديثة، ويمكن حساب أهمية ودور السياحة في الدخل الوطني وبشكل رياضي من خلال إجراء مقارنة نسبية بين الدخل السياحي من جهة والدخل الوطني من جهة أخرى كما تبينه المعادلة التالية:¹

$$\text{دور السياحة في الدخل الوطني} = \frac{\text{الدخل السياحي}}{\text{الدخل الوطني}} * 100$$

– أهمية الاستثمار السياحي في نقل التكنولوجيا: إن السماح للاستثمار الأجنبي بالدخول في مشروعات سياحية يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي عن طريق:²

- نقل فنون وأنظمة الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية؛
- إدخال تجهيزات مثل آلات ومعدات جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية؛
- تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بإتباع برامج تدريب للقوى العاملة؛
- القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي؛
- القيام بأعمال التنقيب عن الآثار وترميمها.

– أهمية الاستثمار السياحي في تطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى (المضاعف): يقصد بذلك أن الاستثمار السياحي يحقق دخلاً يؤدي إلى زيادة دخول العاملين فيه، وهؤلاء ينفقون دخولهم على تلبية طلباتهم الاستهلاكية وهذا الاستهلاك يؤدي إلى إرتفاع دخول آخرين مما يؤدي إلى زيادة الطلب على المشروعات الاستهلاكية والاستثمارية والتوسع في إنشائها، حيث يقيس المضاعف التغير الناتج عن زيادة الاستثمار في كل من الدخل والإنتاج.

وبصورة عامة يعرف المضاعف السياحي على أنه: "نسبة التغيرات الأولية والمتولدة في الدخل الوطني على التغيرات الأولية" وبموجب هذا التعريف فإن المضاعف السياحي بالشكل الرياضي سيكون كالآتي:³

$$\text{المضاعف السياحي} =$$

التغير في الدخل الوطني الناتج عن الانفاق السياحي المتولد + التغير في الدخل الوطني الناتج عن الانفاق السياحي الأولي

التغير في الدخل الوطني الناتج عن الانفاق السياحي الأولي

¹ مصطفى يوسف كاتي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سابق، ص 103.

² عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، لبنان، 2003، ص 24.

³ مثنى طه الحوري، إسماعيل مجد الدباغ، مرجع سابق، ص 163.

- أهمية الاستثمار السياحي في توفير مناصب الشغل: توفر السياحة العديد من الفرص الوظيفية فهي صناعة ذات كثافة عمل عالية أي تتطلب إسهام عدد كبير من العاملين، ولكن النشاط السياحي يكون موسمي بمعنى أن الزيارات لمكان ما تكون مكثفة في موسم معين وخاصة على شواطئ البحر وفي أماكن التزلج، لذا فإن معظم الوظائف السياحية مؤقتة والعديد منها منخفضة العائد ولا تتطلب مهارة عالية، وبالرغم من ذلك فإنه يوجد عدد هائل من العاملين في حقل السياحة لارتباط السياحة بغيرها من الصناعات مثل المطاعم والترفيه.¹
- أهمية الاستثمار السياحي في تطوير البنية التحتية: وهذا الأثر يظهر بوضوح في الدول النامية التي لم تصل فيها المرافق الأساسية العامة من طرق ومشروعات صرف صحي ومياه الشرب ووسائل النقل إلى مداها المناسب نظرا لانخفاض مستوى المعيشة، فضلا عن المرافق الأساسية من مطارات وموانئ سياحية مناسبة وتطوير عمراني مناسب للمناطق الرئيسية للجذب السياحي داخل الدولة، ولا شك أن تنمية هذه المرافق يحتاج لرؤوس أموال ضخمة ليست بذاتها- دون تدخل السياحة- مجالاً لتحقيق عائد اقتصادي سريع مما يؤخر من قدرة الدولة النامية على تعميم هذه المرافق، ولذلك فإن تقدم السياحة بزيادة الحركة السياحية بصورة منتظمة وما يترتب عن ذلك من دخل سريع بالعملات الأجنبية يزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية وإمتداد العمران السياحي إلى مناطق بعيدة مما يساهم في التنمية الاقتصادية.²
- المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم: ففي حالة قيام الدولة بتوزيع أو توجيه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية خاصة أو مملوكة للدولة أو أجنبية فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم، أي أنه يؤدي مثلا إلى خلق فرص عمل جديدة وكذا استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، هذا بالإضافة إلى العديد من الآثار والمنافع الاقتصادية للأقاليم في الدولة قد يساهم مساهمة بناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم في الدولة.³ ولتحقيق هذه الغاية يجب على المجتمع المحلي أن يشارك في تخطيط وإدارة قطاع السياحة، وأنه يجب أن يتم توزيع أرباح السياحة بشكل عادل بين السكان كما ينبغي مراعاة رغبات وتطلعات السكان المحليين ومواقفهم إتجاه السياح بعناية من قبل مخططي السياحة، حيث يعتمد نجاح العديد من برامج

¹ عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 137.

² منال شوقي عبد المعطى أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2013، ص 124.

³ نزيه الدباس، مرجع سابق، ص 20.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

تطوير السياحة على الإدارة المحلية التي لها تأثير على حجم الأثر الاجتماعي للسياحة على السكان المضيفين وقادرة على زيادة الفوائد الناتجة عن السياحة عن طريق منع أو تقليل جوانبها السلبية.¹

ب. التأثيرات الاقتصادية السلبية:

- **إرتفاع الأسعار:** تزداد الأسعار في المنطقة السياحية عندما يزيد الطلب من قبل الزوار والسكان المحليين على نفس البضائع والخدمات المتوفرة في المنطقة مثل الخضروات والطعام والوقود وغيرها، كما أن هذه الأسعار تأخذ بالزيادة لأن الزوار مستعدون للدفع مقابل هذه الخدمات أكثر من السكان المحليين وهذا قد يتسبب في إرتفاع أسعار السلع وخلق مشكلة التضخم في المنطقة كما قد يتسبب النشاط السياحي في بعض المناطق في إرتفاع أسعار الأراضي والعقار.²
- **فقدان بعض الأنشطة الاقتصادية الأصلية للمنطقة وتدني فعاليتها:** حيث يعمل النشاط الاستثماري السياحي على إيجاد وظائف عمل جديدة بالمنطقة مما يحفز إنسحاب العديد من الأيدي العاملة في قطاعات أخرى للعمل في الأنشطة السياحية الاستثمارية لتحقيق دخل أفضل وبالتالي انكماش عدد العاملين بالأنشطة الأصلية ونقصه في المنطقة السياحية أو المناطق المجاورة يمكن أن ينعكس سلبا على هذه الأنشطة ويزيد من احتمال إخفاقها، مما يشكل خطورة إضعاف القاعدة الاقتصادية للمنطقة، واعتمادها على صناعة السياحة الموسمية المتقلبة.³
- **تسرب العوائد المالية إلى الخارج:** ويظهر تسرب العوائد المتأتية من السياحة عند سيطرة المستثمرين الأجانب على المشاريع السياحية في المنطقة وعند عدم قدرة المشاريع المحلية على تلبية مطالب الزوار مما يقود إلى جلب المستثمرين الأجانب أو إستيراد السلع والخدمات من الخارج كما أن السياح في الغالب يسعوا إلى إستهلاك السلع العالمية خاصة تلك التي تمتلك إسم تجاري مثل البرجركنج والماكدونالدز وغيرها أكثر من السلع المحلية لأنها أكثر ثقة وتنفوق جودة.⁴
- **موسمية وظائف العمل:** تعد الموسمية إحدى أهم الآثار السلبية التي تتعرض لها المجتمعات المحلية العاملة في مجال السياحة، فالمؤسسات والمشروعات السياحية تعاني أحيانا من فترات ركود ونقص في معدلات الإشغال بصورة متكررة في أشهر معينة من السنة ويزداد ذلك مشكلة التشغيل المؤقت

¹ Álvaro Matias, Peter Nijkamp , Manuela Sarmento , *Advances in Tourism Economics*, Physica-Verlag A Springer Company, New York, 2009, p 145.

² أكرم عاطف رواشده، السياحة البيئية، الطبعة الأولى، دار الريبة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص ص 152-153.

³ عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، الاستثمار السياحي في محافظة العلا، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 28.

⁴ أكرم عاطف رواشده، مرجع سابق، ص 154.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

والإستخدام الموسمي للاستثمارات السياحية، حيث تقل نسبة التشغيل في موسم الركود السياحي مما يؤدي إلى وجود بطالة مرتفعة في ذلك الموسم.¹

2- الآثار الاجتماعية والثقافية للاستثمار السياحي: يمكن تصنيف الآثار الاجتماعية والثقافية للاستثمار السياحي أيضا إلى آثار إيجابية وأخرى سلبية كما يلي:
أ. الآثار الإيجابية على البيئة الاجتماعية والثقافية:

- التفاعل الايجابي الثقافي: تعمل السياحة على تبادل الثقافات بين الشعوب من خلال تفاعل السياح مع السكان المحليين ذوي الثقافة المختلفة، كما أن تعميق العلاقات بين السياح المحليين والمواطنين في البلد المضيف يمكن أن يشجع التبادل الحضاري والثقافي بينهم مما يؤدي إلى بناء جسور العلاقات والتعاون بين الأمم وبناء تفاهم أفضل بين الشعوب المختلفة.²
- يؤدي النشاط السياحي المخطط تخطيطا علميا متوازنا إلى تعميم العلاقات بين السائحين والمواطنين في الدولة المستقبلية للسياحة، كما يشجع التوسع السياحي المخطط على حماية والمحافظة على الموارد السياحية الرئيسية في الدولة سواء أكانت موارد طبيعية أو تاريخية أو حضارية وتنمية القيمة الحضارية لفن العمارة والبناء وإذكاء الروح الوطنية في تحسين الظروف الصحية في مختلف مناطق الدولة ومدنها، فضلا عن محاولة تجميل الأحياء ونظافتها لتبدو جذابة في عيون الزوار السائحين.³
- إحياء الثقافة المحلية: حيث يعمل الاستثمار السياحي على إحياء الثقافة المحلية المتمثلة في الفنون الشعبية والحرف اليدوية والملبس وفن الطعام والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.⁴
- الوعي السياحي: وهو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن النشاط السياحي يتمثل في الإحاطة بكل الواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف بهذا الواقع عن طريق زيارات ورحلات سوف تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف دول العالم.⁵

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، مرجع سابق، ص 28. (بتصرف)

² عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 31.

³ أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2007، ص 150.

⁴ عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 31.

⁵ نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 85.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- تعمل السياحة على إحياء التقاليد المعمارية المحلية: بشرط أن تحترم الخصائص الذاتية للإقليم والتراث والبيئة الحضارية وقد يؤدي ذلك إلى تجديد وإحياء كثير من مراكز المدن المختلفة كما تؤدي السياحة إلى بعث الفنون المحلية والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية في مختلف مناطق الدولة.¹
- تعليم إحترام ثقافة الآخر: إن التبادل الثقافي بين السياح والسكان المحليين يقود إلى تعلم كل منهما من ثقافة الآخر وبالتالي يزداد التفاهم المشترك وإحترام القيم والعادات من الجانبين بعد معرفتهما بها والاطلاع عليها.²

ب. الآثار السلبية على البيئة الاجتماعية والثقافية:

- تدفق الناس إلى الداخل وما يتصل به من تدهور اجتماعي حيث أن تزايد الأنشطة السياحية قد يؤدي إلى تدفق أشخاص إلى الداخل يبحثون عن فرص استخدام أو فرص عمل لكنهم لا يستطيعون إيجاد العمالة الملائمة لهم وقد يسبب ذلك تدهورا اجتماعيا مثل المخدرات وغير ذلك.³
- إن السياحة في ظل اقتصاد متخلف قد تزيد من عوامل انتشار الفساد الاجتماعي ويتخذ ذلك أشكالا عديدة منها نمو طبقة الوسطاء الذين يحاولون الكسب بأي الطرق مشروعة كانت أو غير مشروعة والذين يزداد ثرائهم بإزدياد الأزمات التي يتعرض لها الاقتصاد الوطني مثل سمسرة العقارات والشقق غير المفروشة، كما ومن الممكن أن تنشط العناصر المشتغلة بتهريب البضائع وتنشط أيضا إتجاهات الرشوة والفساد الأخلاقي.⁴
- عندما تحدث تنمية سياحية فإن المكاسب الاقتصادية توزع في المعتاد توزيعا غير متكافئ بين أعضاء المجتمعات المحلية وفي حالة الاستثمار الأجنبي المباشر فإن كثيرا من المكاسب يمكن تحويلها إلى البلد الأجنبي الأصلي، لذا فإن السياحة قد تؤدي فعلا إلى تفاقم الاختلال في التوازن داخل المجتمعات.⁵
- إن النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة مثل القرى السياحية والفنادق والمنتجعات ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن

¹ أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، مرجع سابق، ص 151.

² عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 31.

³ عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 139.

⁴ مثنى طه الحوري، إسماعيل مجد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 213.

⁵ عصم حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 14.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي تربو عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات.¹

كما يؤدي النشاط السياحي إلى إحداث تغير في السلوك الأخلاقي العام في بعض أقاليم العرض السياحي لعل أهمها ما يأتي:²

- تتوافر الشروط المشجعة على إنتشار حوادث السرقة في بعض أقاليم دول العرض السياحي عندما يزداد الفرق في مستويات المعيشة والدخول بين دول الطلب السياحي ومناطق العرض السياحي وتسهم هذه الفروق في مستويات الدخل المشار إليها في ظهور السوق السوداء خاصة فيما يتعلق بتغيير العملات الأجنبية واستبدالها بالعملات المحلية وهي ظاهرة واسعة الانتشار في دول العرض السياحي المنتمية للعالم الثالث.

3- الآثار البيئية للاستثمار السياحي: هناك تأثيرات بيئية كثيرة تولدت عن الاستثمار السياحي منها تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية، فبينما يمكن لمشروعات الاستثمار السياحي أن تكون سببا في الإبقاء على مواقع التراث الطبيعي والثقافي وتوفير التمويل للحفاظ عليها، فإنها في الجانب الآخر يمكن أن تتسبب في تدهور بيئة التراث الثقافي والطبيعي وتعمل على تدميره.

أ. الآثار البيئية الايجابية:

- توظيف المباني التراثية والأثرية والتاريخية والحفاظ عليها مع الاهتمام المتزايد عالميا بالتراث ونمو حركة السياحة الثقافية، وتصاعدت النظرة الايجابية للآثار الايجابية للاستثمار السياحي على المباني التراثية والتاريخية وأصبح يبحث لها عن وسائل للحفاظ عليها بتوفير التمويل الضروري لإعادة تأهيل هذه المباني والاهتمام بالقيم الثقافية والمعمارية المعرضة لخطر الزوال وإعطاء المباني التاريخية والتراثية قيمة اقتصادية لتسويقها ولفت الاهتمام للحفاظ عليها.³

- تحسن الصورة البصرية لبيئة مواقع التراث الطبيعي والثقافي وموارده، فيمكن لمشروعات الاستثمار السياحي المقترحة بالمنطقة أن تعمل على تحسين صورة المنطقة السياحية عند إيجاد خدمات سياحية ذات طابع

¹ حري المخطارية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2017/2016، ص 105.

² عبد القادر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 151.

³ Maia Lordkipanidze, Yoram Krozer, *Innovations for Tourism In National Parks*, nova science publishers, new york, 2008, p 10.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- تراثي مميز، فالاستثمار السياحي يوفر الحوافز لتنظيف البيئة من مراقبة التلوث ورمي النفايات وغيرها من المشاكل البيئية بما يساهم في تحسين الصورة الجمالية للبيئة؛
- زيادة الاهتمام بشبكة الطرق وتحسين كفاءتها حيث تؤدي مشروعات الاستثمار السياحي إلى زيادة الاهتمام بشبكة الطرق للمناطق السياحية في سبيل تطوير تجربة سياحية جديدة للسياح مما يعمل على حل مشاكل الطرق التي عادة ما تعاني منها مواقع التراث الثقافي والطبيعي؛
- تحسين كفاءة البنية التحتية حيث تصاحب مشروعات الاستثمار السياحي في المناطق السياحية في كثير من الأحيان تحسن أنظمة الصرف الصحي وشبكات المياه.¹

ب. الآثار البيئية السالبة:

- الترددي البيئي حيث تعد مشكلة الترددي البيئي من أكبر المشاكل التي تؤخذ في الحسبان، ففتح المناطق أمام الحركة السياحية تؤدي إلى حدوث ضغط متزايد على المصادر الطبيعية والتراثية غالباً ما يؤدي إلى تدميرها، وقد يكون هذا الترددي إما مرئي مثل تدمير البنايات وترك المخلفات وتآكل التربة أو غير مرئي مثل التقليل من إنتاجية النبات أو التعديل في سلوك الحيوانات كالهجرة.²
- الآثار على البيئة البحرية والساحلية فقد يكون للأنشطة السياحية آثار رئيسية على البيئة البحرية والساحلية وعلى ما تأويه من موارد وعلى تنوع تلك الموارد، ومرد هذه الآثار في معظم الأحيان إلى تخطيط غير مضبوط و/أو إلى نقص الثقافة والوعي بتلك الآثار في المنتجعات السياحية على المناطق الساحلية مثلاً، ولكن قد تركز أحياناً القرارات الخاصة بتنمية السياحة على ما يمكن جنيه من منفعة اقتصادية فقط، على الرغم مما هو معروف من احتمال الإضرار بالبيئة كما هي الحال في منتجعات واقعة على الأجراف المرجانية، وكثيراً ما يؤثر التآكل الساحلي على عدد كبير من البنايات الأساسية الساحلية التي أقيمت لأغراض سياحية وإلى تدهور تلك الموارد والذي قد يسبب إفقاراً في تنوعها كما هي الحال بالأنظمة الأيكولوجية لأشجار المنغروف.³
- التطوير المفرط حيث أنه عندما يصبح الموقع السياحي معروف ومشهور سياحياً على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي فإن المحليين سيعملون على إيجاد أماكن الإقامة والمطاعم والخدمات الأخرى التي تعنى بحاجات السياح، وفي بعض الحالات وعندما يكون الطلب السياحي قوي فإن المستثمرين والعمال من داخل المنطقة وخارجها ضمن الدولة سوف يتحركوا إلى الموقع السياحي للاستفادة من الفرص

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، مرجع سابق، ص 29-30.

² أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 138.

³ حافظ عبد الكريم، مرجع سابق، ص 243.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- الاقتصادية التي أخذت تتزايد في المنطقة، ومع إزدياد الزوار فإن الأمر سيدفع إلى مزيد من الخدمات السياحية الأمر الذي يقود إلى تطوير البنية التحتية السياحية من فنادق ومطاعم واستراحات والتي ستتطلب المزيد من الأيدي العاملة وما يلزمهم من خدمات سكنية وتعليمية وثقافية وغيرها، وهذا يقود إلى زيادة الضغط على الماء وخدمات الصرف الصحي والكهرباء وغيرها.¹
- تتطلب التنمية السياحية إنشاء مناطق للتوسع السياحي ومحميات وحظائر للتنزه والمتعة والتسلية ويتم هذا في الغالب على حساب الأراضي الفلاحية لاسيما على مستوى السواحل والأرياف وضواحي المدن الكبيرة.²
- التلوث وهو أثر سلبي آخر للاستثمار السياحي، فالنقل هو المصدر الأساسي لتلوث الهواء واستخدام المبيدات والأسمدة في المنتجعات الطبيعية هو السبب الأساسي لتلوث المياه وكمثال عن ذلك تلوث الكاربي بسبب وجود مستويات عالية من البكتريا في المياه المحاذية للشواطئ كما أن مخلفات السياح يمكن أن تسبب مشاكل في نظم ترحيل النفايات والقمامة مثل الغابة الجديدة في بريطانيا تحوي دائما آلاف الزجاجات الفارغة المرمية التي يتم جمعها.³
- ويختلف حجم تأثير النشاط السياحي على البيئة حسب عدة عوامل هي:⁴
- كمية وحجم السياحة (عدد السياح الفعليين والمدى المتاح للتنمية السياحية) وكثافة أو مركزية استخدام الخدمات السياحية بالنسبة لسعة الموقع وتنظيم المواعيد له (عدم برمجة أوقات الزيارة أو الأنشطة يتيح المجال للفوضى وتفاقم السلبيات وتناقص القدرة على مواجهتها)؛
- إعداد طرق لقياس حجم التأثيرات ووضع الإجراءات اللازمة لمعالجتها ؛
- نمط البيئة نفسه: تختلف البيئة في مستويات حساسيتها وهشاشتها في القطب الجنوبي كمثل بيئة هشة بسبب مناخها القاسي، جزر كارول المرجانية أكثر هشاشة من الجزر القارية الأخرى لأنها تتآكل بسرعة ومعرضة للعوامل البيئية، فينيسيا أكثر حساسية للضغط السياحي من المواقع التاريخية الأوروبية الأخرى لأنها مقيدة بنمط المرور عبر الممرات المائية التي يكون استعمالها كثيفا؛
- الإدارة والتخطيط السياحي حيث إن التأثيرات البيئية للنشاطات السياحية ترتبط بأنماط التخطيط والإدارة والمرافق للسياحة، فالعديد من التأثيرات السلبية تحدث في المناطق التي تضعف فيها أساليب الإدارة ومحدودية الإشراف وقلة الخبرة.

¹ أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 141.

² صالح موهوب، تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014/2015، ص 52.

³ رعد مجيد العاني، مرجع سابق، ص 35.

⁴ رعد مجيد العاني، مرجع سابق، ص 36.

المبحث الثالث: مناخ الاستثمار السياحي ومفاهيمه الأساسية

قبل أن ينوي المستثمر الاستثمار في قطاع معين دون آخر أو الاستثمار في بلد أجنبي فإنه يقوم بفحص الشروط العامة للمناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي ليضمن إليها ولكي يحقق له ما يهدف إليه من زيادة في دخله، والمناخ الاستثماري السياحي لأي دولة هو المرآة العاكسة لنظرة هذه الدولة إلى الاستثمار في القطاع السياحي والأهمية التي يكتسبها هذا الأخير ضمن سياساتها العامة.

المطلب الأول: عموميات حول مناخ الاستثمار السياحي

سوف نتعرض في هذا المطلب إلى مناخ الاستثمار السياحي من خلال تعريفه ومحاولة تحديد العوامل المشكلة له.

أولاً- مفهوم مناخ الاستثمار السياحي: لا توجد اختلافات جوهرية بين مناخ الاستثمار بشكل عام ومناخ الاستثمار السياحي بشكل خاص، ولمناخ الاستثمار السياحي العديد من التعاريف والتي يمكن ذكرها كم يأتي:

تعريف البنك العالمي: حسب تقرير البنك العالمي حول التنمية لعام 2005 "يعد مناخ الاستثمار مجموعة العوامل الخاصة التي تحدد شكل الفرص والحوافز الاستثمارية التي تتيح للمؤسسات الاستثمارية بطريقة منتجة وتحقق فرص العمل، وتخفض تكاليف مزاوله الأعمال".¹

أما تعريف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: "مناخ الاستثمار هو مجمل الأوضاع والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والقانونية والإدارية التي تشكل المحيط الذي تجري فيه العملية الاستثمارية، وهذه العناصر عادة ما تكون متداخلة ومتراطة تؤثر وتتأثر بعضها ببعض وتشكل في مجملها مناخ الاستثمار الذي بموجبه يؤثر إيجابيا أو سلبيا على فرص نجاح المشروعات الاستثمارية وبالتالي تصبح البيئة الاقتصادية محفزة وجاذبة لرأس المال أو طاردة له".²

وحسب المؤسسة العربية لضمان الاستثمار يتم حصر تلك العناصر في ثلاث مجموعات ويمكن في مجموعها أن تعطي أهم العوامل المحفزة للاستثمار وتمثل في:

المجموعة الأولى: وتشمل الاستقرار السياسي والاقتصادي، حرية تحويل الأرباح وعوائد الاستثمار إلى الخارج واستقرار سعر العملة المحلية، سهولة الحصول على ترخيص الاستثمار والتعامل مع الجهات الرسمية المسؤولة؛

¹ فايد كمال، قاسي ياسين، مناخ الاستثمار في الدول العربية وأهميته في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة حالة الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد 04، 2015، ص 62.

² دحاني سامية، اثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2000-2015، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2015/2016، ص 98.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي - دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

المجموعة الثانية: وتشمل إمكانية تحقيق عائد مرتفع من الاستثمار، الإعفاء من الضرائب والرسوم الجمركية، وضوح القوانين المنظمة للاستثمار واستقرارها؛
المجموعة الثالثة: وتتضمن توفير شريك محلي من القطر المضيف، حرية التنقل والتصدير وتوفر فرص استثمارية.

كما ينظر إلى مناخ الاستثمار على أنه: "ذلك النظام الذي يتفاعل مع البيئة والمجتمع (بما يحتويه من أفراد ومنظمات وقطاعات مختلفة) والمتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والقانونية والتشريعية والثقافية والطبيعية، هذا بالإضافة إلى العناصر الأساسية المكونة له، ومقومات نجاحه التي تعمل من خلال مجموعة القوانين والسياسات والمؤسسات الاقتصادية المؤثرة في ثقة المستثمر والجاذبة له بأقل مخاطر وأعلى عائد محقق".¹

وهناك تعريف آخر لمناخ الاستثمار هو: "مجموعة الظروف والسياسات والمؤسسات الاقتصادية والسياسية التي تؤثر في ثقة المستثمر وتقنعه بتوجيه استثماراته إلى بلد دون آخر، وهذه مسألة تتفاعل فيها العوامل الموضوعية مع العوامل النفسية، كما أن عناصر مناخ الاستثمار تتفاوت من بلد إلى آخر، والتي تتمثل أهمها في سياسات الاقتصاد الكلي (التضخم، سعر الصرف، سعر الفائدة... الخ) والأنظمة والقوانين ذات العلاقة بالقرار الاستثماري والنظام الضريبي، قوانين العمل والنظام القضائي وفعاليتها في حسم النزاعات التي تواجه المستثمر".²

ونلاحظ أن هذا التعريف قد أضاف العامل النفسي إلى المكونات الأساسية لمناخ الاستثمار باعتبار أن العامل النفسي يؤثر كذلك على توجيه الاستثمارات إلى بلد معين دون غيره من البلدان الأخرى.
وهناك من يرى أن مناخ الاستثمار هو: "مجملة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية التي تؤثر في تدفق الاستثمار إلى الداخل، فالمناخ المناسب هو الذي يولد الثقة ويجفز ويشجع تدفق الاستثمارات إلى البلاد التي يسود فيها".³

يوحي هذا التعريف أن مناخ الاستثمار المناسب هو المناخ الذي يشجع على توطين الاستثمارات داخل البلد المضيف.

وفي تعريف آخر لمناخ الاستثمار هو: "مناخ عام ومستمر يضمن نشاط المنشآت الاقتصادية على نحو ديناميكي دائم يجتذب الاستثمارات، فالمناخ الجيد للاستثمار لا يحتاج لتشريعات خاصة أو استثنائية لجذب

¹ علي لطفى، الاستثمارات العربية ومستقبل التعاون الاقتصادي العربي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2009، ص 18.

² النجار سعيد، نحو إستراتيجية قومية للإصلاح الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1991، ص 126.

³ سعدي يحيى، تقييم مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر، العدد 31، 2009، ص 87.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

بعض الاستثمارات، بل تكون مجمل تشريعاته مشجعة للاستثمار وهو يشمل جميع جوانب نشاط الشركة ومحيطها الذي تنشط فيه منذ إعداد دراسة الجدوى الاقتصادية وتأمين الموافقات والتراخيص وتأمين التمويل ومستلزمات التشغيل، وتسويق الإنتاج في الداخل والخارج، والتعامل النقدي والمالي والضريبي بل وحتى مجمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية العامة التي تنشط الشركة فيها فتؤثر عليها سلبا وإيجاباً¹. حيث يربط هذا التعريف مناخ الاستثمار بجميع المتغيرات المحيطة بالشركة من إمكانيات ومعلومات كما يشير إلى أهمية استمرارية المناخ الجذاب الذي يضمن نشاط الشركة.

وفي تعريف آخر لمناخ الاستثمار: "مجمل الأوضاع والظروف المؤثرة في اتجاه تدفق رأس المال وتوظيفه، وتشمل هذه الأوضاع الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والقانونية والتنظيمات الإدارية التي يجب أن تكون ملائمة ومناسبة لجذب وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية، كما يجب التأكيد هنا على أن السلامة قبل الربح مبدأ أساسي يحكم القرارات الاستثمارية في كل زمان ومكان"². وأضاف هذا التعريف عنصر السلامة والأمان والذي يشكل عنصراً ضرورياً قبل السعي نحو تحقيق الربح وهذا العنصر ينطبق على المستقبل مثلما ينطبق على الوقت الحاضر.

وعن مناخ الاستثمار السياحي فهو: المناخ العام للدولة المكون من مجموعة السياسات الإدارية والمالية والمصرفية والنقدية والقانونية والتشريعية والتنظيمية، وما يتعلق بسياسات توفير البنية الأساسية المحددة لنمو الاستثمار، وتوفيرها الدولة لغرض تيسير عملية تدفق رؤوس الأموال ذات الجودة الفائقة لهدف تحقيق أقصى استفادة منها في تنويع منتجات وخدمات ومجالات الاستثمار في المشاريع السياحية³. ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا استخلاص تعريف شامل لمناخ الاستثمار السياحي: أنه ذلك المناخ الشامل والذي لا يتوقف عند حدود العوامل الاقتصادية فقط بل يتعدى إلى عوامل سياسية وأمنية والتي تعد النقطة الجوهرية في توطین الاستثمارات في البلد المضيف من عدمه، وعوامل اجتماعية وقانونية وتكنولوجية بالإضافة إلى التراث الثقافي والحضاري والتاريخي والذي يوفر مجالات عديدة للاستثمار السياحي، ومناخ الاستثمار السياحي هو ذلك المناخ الذي تتوفر فيه مقومات نجاح الاستثمار السياحي وحسن اختيار الفرص الاستثمارية المتاحة.

¹ سعيفان سمير، مقالات في الاقتصاد والإدارة في سوريا، الطبعة الأولى، مطبعة اليازجي دار نشر القرن 21، دمشق، سوريا، 2000، ص 108.

² دحاني سامية، مرجع سابق، ص 99.

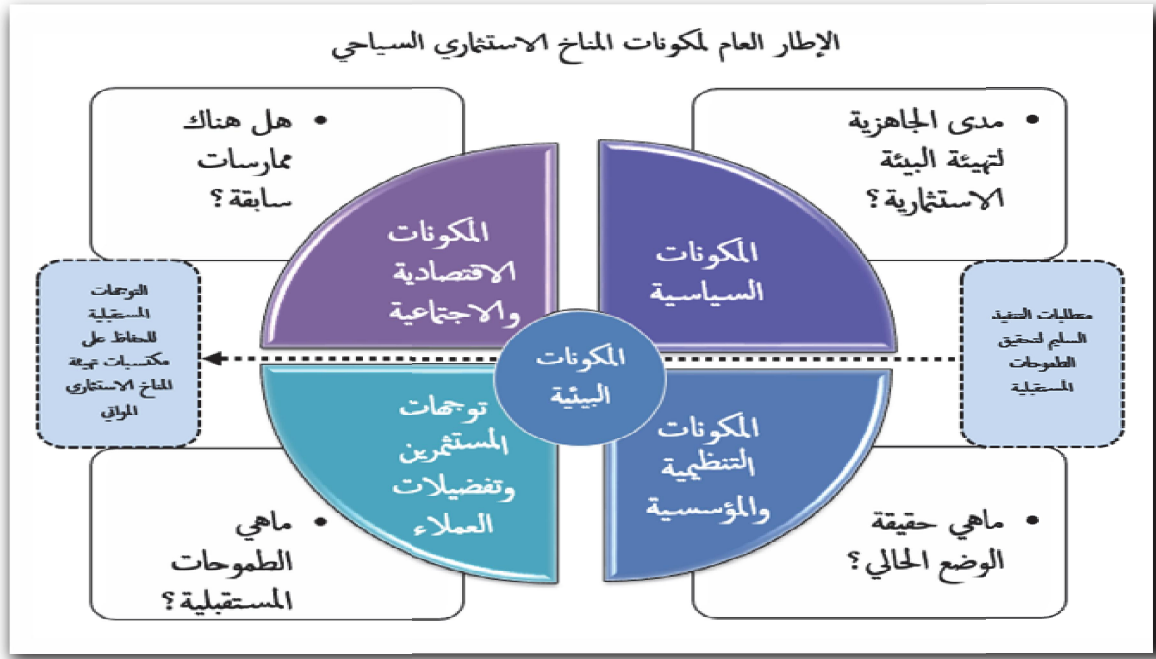
³ الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، جهود ومنجزات الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في مجال تحسين وتطوير بيئة الاستثمار السياحي، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2015، ص 22.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ثانيا- مكونات المناخ الاستثماري السياحي:

ينطوي مناخ الاستثمار على مجموعة من المكونات والمقومات والأدوات والمؤشرات التي تشير في مجموعها إلى ما إذا كان هناك تشجيع وجذب للاستثمار من عدمه، وهذه المقومات والمكونات تتفاعل مع بعضها البعض خلال مرحلة أو فترة معينة لتكون وتهيئ بيئة مشجعة ومواتية وصالحة من عدمه.¹ ويمكن التعبير عن مكونات المناخ الاستثماري السياحي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1-4): نموذج تحديد الإطار العام لمكونات المناخ الاستثماري السياحي



المصدر: مصطفى أحمد السيد مكاوي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، العدد 193، 2014، ص 23.

إن فاعلية عملية تهيئة المناخ الاستثماري تتطلب التأكد من توافر إطار عام داعم لتنفيذ عملية الاستثمار السياحي بكفاءة وفاعلية، وتتكون البيئة الاستثمارية من مجموعة المتغيرات أو القيود أو المواقف التي يمكن أن تكون غير خاضعة لسيطرة ومراقبة متخذ القرار في المشروع الاستثماري.²

والتي تتمثل في مكونات اقتصادية واجتماعية، مكونات سياسية، مكونات تنظيمية ومؤسسية مع الأخذ بعين الاعتبار لضرورة إدراك الجوانب المتعلقة بالاعتبارات السلوكية والنفسية للمستثمرين وتوجهات الرأي

¹ عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي، بدون طبعة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، مصر، 1997، ص 391.

² مصطفى أحمد السيد مكاوي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، العدد 193، 2014، ص 22.

العام، بالإضافة إلى المكونات البيئية الطبيعية والثقافية والتراثية والتي تشكل الموارد والأصول الأساسية التي يستثمرها المشروع السياحي والتي تعطي فرصا وتنوعا في مجالات الاستثمار السياحي.

ولعل التساؤلات الأربعة المطروحة في الشكل السابق والأمر يتعلق بـ:

- مدى الجاهزية لتهيئة البيئة الاستثمارية؟

- هل هناك ممارسات أخرى؟

- ما هي حقيقة الوضع الحالي؟

- ما هي الطموحات المستقبلية؟

المطلب الثاني: أهمية مناخ الاستثمار السياحي

تجدر الإشارة إلى أنه توجد علاقة بين العوامل الجاذب للسياحة والعوامل الجاذبة للاستثمار في السياحة، فالعوامل الجاذبة للسياحة تنبعث من المزايا الطبيعية أو التراثية أو الثقافية للبلد أو غير ذلك مما يجذب السائحين من خارج البلد إليها وكلما كانت عوامل الجذب السياحية أكثر تميزا كلما زادت قدرة البلد على جذب السائحين فيتسع سوقه السياحي ويصبح هذا في حد ذاته دافعا للمستثمرين في أن يقيموا المنشآت السياحية والفندقية التي تتمكن من خدمة هذه السوق، وبالتالي هناك صلة مباشرة بين العوامل الجاذبة للاستثمار والعوامل الجاذب للسياحة، ولكن مناخ الاستثمار السياحي في النشاط السياحي هو الذي سوف يحدد في النهاية إلى أي مدى يمكن التجاوب مع العوامل الجاذبة للسياحة في البلد والاستفادة منها، فإذا كان المناخ سيئا بدرجة أو بأخرى انخفض حجم الاستثمار السياحي فلا يستفيد الاقتصاد إلا قليلا من عوامل الجذب السياحي التي يتمتع بها، وكلما تحسن مناخ الاستثمار السياحي كلما قوى أثر العوامل الجاذبة للاستثمار، وكلما استفاد الاقتصاد من مزاياه النسبية في السياحة التي تتحدد بما يمتلكه من بيئة طبيعية خلابة أو آثار قديمة أو تراث ثقافي مميز وغير ذلك.¹

وتكمن أهمية مناخ الاستثمار السياحي في اقتصاديات الدول كونه السبب عن تراكم رأس المال ومن ثم فهو يؤدي دورا مهما في توسيع القاعدة الإنتاجية للاقتصاد، ولذلك فإن الدول التي تسعى إلى تحقيق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة على الأجل الطويل لابد لها من ضخ مستويات مرتفعة من الاستثمارات إلى اقتصادياتها والتي لا يمكن بلوغها إلا من خلال الاعتماد على الاستثمار السياحي المحلي والأجنبي على حد سواء، وحتى تستطيع هذه الدول جذب رؤوس الأموال يجب عليها أن توفر ما يحفز هذا النوع من

¹ <http://www.usc.edu.eg/uploads/12d9f7422d3fbbfacf321c4368431259.pdf>

الاستثمارات على الانسياب إليها والتعرف على مختلف العراقل التي تقف أمام تطورها والحد منها والعمل على إزالتها.¹

حيث أنه يمكن للإنسان العادي أن يدرك أهمية الاستثمار السياحي من خلال المنافع التي يحصل عليها من جراء إتمام عمليات الاستثمار السياحي في المنطقة أو الدولة التي يعيش فيها، كما تتعاظم أهمية ذلك كلما كانت المنافع تعود على المواطن العادي بشكل مباشر وتؤثر في المستوى المعيشي له ولأفراد عائلته، وأما المتخصصون من الدارسين والمهنيين فإن إدراكهم لأهمية وجود عملية الاستثمار السياحي في منطقة ما تكون أكثر سهولة نتيجة لوعيمهم التام بالتأثير المباشر وغير المباشر لهذه الاستثمارات في الأفراد العاملين في المؤسسات والمشروعات الاستثمارية أو في المجتمع المحيط بها، أو الاقتصاد الوطني بشكل عام، كما يشير الخبراء إلى أن مشروعات الاستثمار في الموارد السياحية بمختلف أشكالها تعد أحد أهم مصادر توفير رؤوس الأموال اللازمة لدفع عجلة النمو الاقتصادي وزيادة الطاقات الإنتاجية في أي دولة، فالإنفاق الاستثماري السياحي هو إنفاق شديد الفاعلية وقوي التأثير في كل من الناتج المحلي بصفة خاصة والتنمية الاقتصادية بصفة عامة، حيث تؤدي الزيادة في الإنفاق الاستثماري على المشروعات السياحية ليس فقط إلى زيادة ملحوظة في الناتج المحلي الإجمالي، وإنما تسهم في خلق المزيد من فرص العمل أيضا وتوفير الموارد بالنقد الأجنبي وتعزيز ميزان المعاملات الجارية.²

وبالتالي فإن تحسين وضعية مناخ الاستثمار السياحي يساعد على جذب الاستثمارات في هذا المجال سواء كانت استثمارات محلية أو أجنبية وهذا يساهم في تحسين ميزان المدفوعات عن طريق زيادة فرص التصدير وتقليل الواردات والتي تأتي بتدفق رؤوس الأموال الأجنبية التي تساهم أيضا في خلق علاقات اقتصادية وسياسية بين الدول الأم والمضيفة.³

المطلب الثالث: مقومات مناخ الاستثمار السياحي

باعتبار أن مناخ الاستثمار السياحي هو محصلة تفاعل مجموعة من المتغيرات التي تختلف من بلد إلى آخر والتي من شأنها أن تؤثر على قرار الاستثمار في المجال السياحي يمكن تصنيف هذه المتغيرات إلى مقومات أساسية ومقومات تكميلية.

أولا- المقومات الأساسية: تتمثل المقومات الأساسية في المناخ السياسي والأمني، المناخ الاقتصادي، الأطر القانونية والتنظيمية، المناخ الاجتماعي والثقافي إلى إضافة إلى مقومات أخرى سوف نتطرق إليها فيما يأتي:

¹ ربحان الشريف، هوام المياء، تحليل واقع مناخ الاستثمار في الجزائر وتقييمه، مجلة الأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد 01، 2014، ص 340. (بتصرف)

² مصطفى أحمد سيد مكاي، مرجع سابق، ص 16-17.

³ [http://khrtoumspace.uofk.edu.\(26/02/2018\)](http://khrtoumspace.uofk.edu.(26/02/2018))

1. المناخ السياسي والمناخ الاقتصادي:

- **المناخ السياسي:** يعد توفر البيئة السياسية المستقرة والأمنة من أهم مقومات جذب الاستثمارات السياحية لأن الاستقرار السياسي والأمني يعمل على تشجيع السياحة بحيث يشجع السياح الأجانب ويحفزهم لزيارة المناطق السياحية التي تتمتع بالاستقرار والأمان مما يؤثر بالإيجاب على استقطاب الاستثمارات في القطاع السياحي.

ويعتبر الاستقرار السياسي عنصراً أساسياً في اتخاذ قرار الاستثمار ذلك أن المستثمر لن يخاطر بنقل رأسماله أو خبرته إلى دولة ما إلا إذا إطمأن إلى استقرار الأوضاع السياسية فيها.¹

لذا يعتبر الأمن السياحي مقوماً هاماً من مقومات السياحة في أي بلد، والعمود الفقري الذي تستند عليه الحركة السياحية، والعلاقة بين السياحة والأمن هي علاقة طردية ومتلازمة وأينما تكون السياحة مزدهرة يكون الأمن شاملاً ومنتشراً، وأينما يفتقد الأمن والاستقرار لا يكون ازدهار للنشاط السياحي، لذلك فالترابط بين السياحة والأمن هو ترابط قوي والذي يتضح من خلال النقاط التالية:²

- إن التقدم والازدهار السياحي يحتاج إلى تخطيط أخلاقي، والتخطيط يعتمد على عدة عوامل منها: الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الطبيعية، البشرية والمقومات السياحية والإمكانيات المتاحة والمتوقعة، ولا يمكن نجاح التخطيط والتنبؤ بمعرفة مستقبل هذه العوامل في ظروف غير آمنة وغير مستقرة؛
- تنفيذ الخطط يحتاج إلى أمن واستقرار وإلا ستبقى الخطط المنجزة حبراً على ورق إذا لم تترجم إلى واقع ومشروعات قابلة للتنفيذ؛
- العلاقة تبادلية بين السياحة والأمن، حيث انعدام الأمن والأخلاق ينعقد معه قيام وازدهار صناعة السياحة والضيافة الأخلاقية؛
- ثبات الأمن والاستقرار يتيح الفرصة لاستغلال الموارد الطبيعية والبشرية وتوظيفها مما يحقق تقدماً اجتماعياً ونمو اقتصادياً؛
- استتباب الأمن في أي دولة يشكل عاملاً جاذباً للسياح وتكسب الدولة سمعة طيبة عالمياً وإقليمياً ويعزز من مردودها الاقتصادي؛

¹ دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي المعوقات والضمانات القانونية، بدون طبعة، مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2006، ص 82.

² مصطفى يوسف كافي، إدارة الأزمات السياحية في إطار ضوابط وآليات تحقيق الأمن السياحي، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 125.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- ملازمة الأمن لصناعة السياحة، فصناعة السياحة تفرض على أي دولة سياحية أن تؤمن الاحتياجات وإشباع الرغبات المشروعة والخدمات المناسبة للسياح بشكل آمن من لحظة وصولهم إلى لحظة مغادرتهم البلاد.

ويتضح من خلال ما سبق أن عامل الأمن يؤثر إيجاباً أو سلباً على النشاط السياحي، إلا أنه لا سياحة دون أمن سياحي، ولا أمن سياحي دون تنمية سياحية، كما أن الواقع العملي يبين أن من أهم أسباب تعثر الخطط السياحية في الكثير من الدول منها بعض الدول العربية يعود في المقام الأول إلى عدم استقرار الأوضاع الأمنية بها، وتجدر الإشارة إلى إن المناخ الأمني والسياسي يتأثر بمجموعة من العوامل والتي نوجزها فيما يلي:¹

- طبيعة النظام السياسي، التداول السلمي للسلطة وفترة بقاء الحاكم في السلطة وعدد التغيرات على مستوى الحكومة؛
- موقف الحكومة من أحزاب المعارضة والمشاكل الدبلوماسية مع الدول الأخرى؛
- مدى تدخل أو تحكم المؤسسة العسكرية في شؤون البلد؛
- مدى وعي الأحزاب السياسية ودرجة الحرية التي تتمتع بها؛
- تواجد منظمات المجتمع المدني ومدى فعاليتها وتمتعها بالديمقراطية؛
- حدة الشعور القومي المتمثل في وضع المصالح القومية فوق كل اعتبار؛
- موقف الحكومة من الاستثمارات الأجنبية ومشاركتها في عملية التنمية والدور الذي تلعبه الحكومة في إطار التجارة والأعمال.

ولا يخفى أن تحقيق الأمن السياحي لا يمكن أن يكون إلا في إطار النظرة الشاملة للأمن في مستوياته المختلفة الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية، فالأمن السياحي لا يقتصر فقط على الترتيبات الأمنية والعسكرية فقط وإنما يشمل جميع المجالات ويمكن إبراز ذلك في النقاط التالية:²

أ. **السياحة المسؤولة:** ويقصد بها إيجاد إرادة سياسية صادقة للنهوض بالقطاع السياحي وجعله ضمن أولويات الأهداف الوطنية وذلك من خلال جعل السياحة أهم دعائم الاقتصاد المحلي بما يحقق التنمية المستدامة وذلك في إطار حماية العادات والتقاليد المحلية، وترجم السياحة المسؤولة في الواقع من خلال إيجاد التسهيلات الضرورية التي تضمن راحة السائح وسكنته، وعلى هذا الأساس فإن السياحة

¹ دحاني سامية، مرجع سابق، ص 107.

² إبراهيم سعد الشاكر فزاني، الأمن السياحي ودوره في الجذب السياحي، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، جامعة البليدة، العدد العاشر، 2017، ص ص 580-581.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

المسؤولة تبرز مدى التزام الدول بجعل السياحة أداة فعالة لتحقيق السلام والتضامن العالميين، وخاصة في مواجهة التحديات الاقتصادية الراهنة عن طريق إيجاد الفرص الاقتصادية والاجتماعية التي تقلص من حجم الفجوة بين الأغنياء والفقراء بالإضافة إلى احترام الإنسان والطبيعة والبيئة وكذا القواعد والقوانين التي تنظم عمل القطاع ويمكن القول أن السياحة المسؤولة تقوم على مجموعة من المبادئ وهي احترام القيم الأصلية المحلية واحترام الثروات الثقافية والحفاظ على البيئة؛

ب. **التربية السياحية:** وهي التي تدور حول نشر الوعي السياحي في المجتمع على مستوى الفرد والمؤسسات غير الرسمية لمسايرة النهضة السياحية في الدولة في علاقتها بالتنمية الشاملة، وتحدد التربية السياحية الأنماط السلوكية التي يجب أن يتبعها السكان المحليون في تفاعلهم مع السائحين وذلك من خلال الترحيب بالسائح وحسن معاملته مما يترك انطباعا حسنا لدى السائح الأجنبي، وهذا ما يعتبر من أهم عناصر الجذب والإغراء السياحي؛

ت. **تأمين السائح من كل التهديدات الأمنية:** وهي مهمة تقع على عاتق الأجهزة الأمنية وفي هذا الإطار عملت بعض الدول على وضع تشريعات بغرض استحداث إصلاحات من الناحية الهيكلية والإجرائية والموضوعية، فمن الناحية الهيكلية قامت بعض الدول بإنشاء جهاز خاص تنصب مهمته على السهر على حماية أمن السائح ويعرف هذا الجهاز في بعض الدول باسم الأمن السياحي، كما هو الحال في تونس بموجب الأمر رقم 66 المؤرخ في 26 جوان 2006، ومن هنا يبرز دور وضع إطار قانوني للأمن السياحي الذي هو عبارة عن جهاز أمن متخصص يجمع بين توفير الأمن كمطلب أساسي لاستقرار الحياة ومرونة التعامل مع السائح كمصدر دخل وعامل جذب.

وهناك العديد من الأمثلة المشهورة لتأثير الأعمال الإرهابية على السياحة نذكر منها آثار الاعتداء على برج التجارة العالمية في نيويورك في 11 سبتمبر 2001 حيث انخفض الطلب العالمي على السياحة في الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 7.4% في عام 2001 و2002، وتسبب في بطالة أكثر من 10 ملايين موظف في مجال السياحة على مستوى العالم، وانخفضت نسبة الإشغال في الفنادق الأمريكية بنسبة أكبر من 50% رغم تخفيض نسبة الأسعار ب 40% مما أدى إلى تراجع الاستثمارات السياحية نظرا لتراجع نسبة الفوائد.

ومن الأمثلة أيضا عن تأثير العمال الإرهابية على النشاط السياحي في العالم منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا التي تعتبر منذ أمد طويل نقطة جذب رئيسية للسياح، حيث تشكل السياحة فيها مصدرا هاما للدخل والنمو ففي عام 2011 ساهم قطاع السياحة بما يقدر ب 107.3 مليار دولار أي ما يمثل 4.5% من الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة، وهو ما يوفر 4.5 مليون وظيفة وما يعادل 7% من إجمالي العمالة

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

حسب تقارير البنك الدولي لعام 2013، لكن نتيجة للتحركات الاجتماعية الحاصلة في المنطقة وحالة عدم الاستقرار الاقتصادي جعل السياحة تعاني كثيرا، ففي تونس مثلا التي يمثل فيها قطاع السياحة دور حيوي في الاقتصاد والمجالات الأخرى بحيث بلغت نسبتها في الناتج المحلي الإجمالي 18.6% عانى فيها هذا القطاع أشد الآثار السلبية للتحركات الاجتماعية في عام 2011، فانخفض السياح الدوليين إلى 5.1 مليون أي بما يقدر - 34.2% وكان هذا الرقم أقل حتى من عدد الوافدين عام 2000، وانخفضت عائدات السياحة في تونس نسبة - 27.3% أي بما يقدر ب 2.4 مليار دولار.¹

- **المناخ الاقتصادي:** يشار إلى المناخ الاقتصادي على أنه الفلسفة التي تتخذها الدولة نحو الاستثمارات الخاصة الأجنبية والمحلية والعمل على جذبها وتوفير الظروف والتسهيلات الاقتصادية اللازمة لها، أي أنه يمثل مجموعة القوى والكيانات والنظم والعوامل والظروف والأنشطة الاقتصادية.²

ويأتي المناخ الاقتصادي في المقام الثاني بعد المناخ السياسي حتى كان من الصعب الفصل بينهما، فالبلدان التي يتم إدارتها اقتصاديا على نحو سليم تكون احتمالات تعرضها لاضطرابات في أدائها الاقتصادي قليلة في حين البلدان التي تعرف تقلبات اقتصادية تزيد من شكوك المستثمرين وتدفعهم إلى تقليص حجم استثماراتهم فيها إلى الانسحاب منها.³ وفيما يلي سيتم عرض أهم المحددات الاقتصادية التي تلعب دورا هاما في بناء المناخ الجاذب للاستثمار:

أ. **السياسات الاقتصادية الكلية المستقرة:** إن وجود سياسة اقتصادية واضحة تتمتع بالاستقرار يعد حافزا على القيام بالاستثمار، فالحكومة التي تمارس نشاطها في ظروف مستقرة وواضحة هي أفضل من الحكومات التي تمتاز بالتذبذب والتغيير في سياساتها الاقتصادية، وبصفة عامة ينظر إلى السياسة الاقتصادية بخصوص مناخ الاستثمار من خلال ثلاث سياسات فرعية هي السياسة المالية والسياسة النقدية والسياسة التجارية والتي نوجزها فيما يلي:⁴

- **السياسة المالية:** عندما تكون السياسة الضريبية وسياسة الإنفاق العام تتسم بالوضوح والعدالة في التطبيق بالإضافة إلى منح الإعفاءات وتسهيلات للمستثمرين كلما كانت السياسة المالية ذات تأثير إيجابي على الاستثمار وكلما كانت السياسة الضريبية تحمل الإعفاءات الضريبية والجمركية المناسبة وكان

¹ جارش عادل، أثر المشاكل الأمنية على السياحة والاستثمار السياحي، المركز الديمقراطي العربي، مصر، 2017.

² حيدر علوان كاظم، أثر نظم ضمان الاستثمار الأجنبي في النمو الاقتصادي ودور المعلومات المحاسبية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، العراق، العدد 32، ص 193.

³ دحماني سامية، مرجع سابق، ص 109.

⁴ كاظم أحمد البطاط، كاظم سعد الأعرجي، البيئة الاستثمارية ودورها في تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص ص 27-28.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

السعر الضريبي مناسباً ولا يحمل عبئاً ضريبياً كبيراً يثقل كاهل المستثمر وتكون واضحة ومرنة كلما تكون السياسة الإنفاقية العامة تتجه نحو تقوية البيئة الأساسية ؛

- **السياسة النقدية:** ويقصد بالسياسة النقدية مجموعة الإجراءات والتدابير التي تتخذها السلطات النقدية ممثلة في البنك المركزي ومعدلات التضخم المنخفضة وأسعار الصرف المستقرة محددات رئيسية للاستثمار الأجنبي، إذ يشير استقرار الاقتصاد الكلي في بلد ما إلى قوة الاقتصاد وإمكانية السيطرة على المشاكل التي تطرأ عليه في ذلك البلد، والتضخم له تأثير مباشر على سياسات التسعير وحجم الأرباح وبالتالي حركة رأس المال، بالإضافة إلى أن له تأثير كبير في تكاليف الإنتاج التي تهم بها الشركات المتعددة الجنسية وإن لارتفاع معدلات التضخم في الدول المضيفة آثاراً كبيرة على معدلات الأرباح للاستثمارات القائمة؛

- **السياسة التجارية:** ويقصد بالسياسة التجارية الاتفاقيات الثنائية بين البلد المعني والدول الأخرى، فكلما زادت الاتفاقيات الموقعة بين البلد المعني والدول الأخرى كان ذلك مؤشراً على الانفتاح الاقتصادي لهذا البلد وتعززت عوامل الجذب للاستثمارات والعكس صحيح، أي كلما كانت السياسة التجارية متحررة ومرنة وتعمل على إزالة القيود الكمية وتتجه نحو معدلات منخفضة للتعريف الجمركية كلما كانت محفزة لتنمية الصادرات ومشجعة للاستثمار والتصدير والعكس في حالة السياسة التجارية المقيدة أي سياسة حماية التجارة؛

- **المؤشرات الدولية للبيئة الاستثمارية:** لقد ازدادت أهمية ودور المؤشرات الدولية والإقليمية في الكشف عن مدى سلامة وجاذبية مناخ الاستثمار، إذ أثبتت العديد من الشواهد الواقعية أن هناك دلالة إحصائية قوية بين ترتيب البلد في هذه المؤشرات وبين مقدار ما يستقطبه من استثمار أجنبي، وعلى الرغم من أن هذه المؤشرات لم تصل إلى درجة الدقة والموضوعية الكاملة إلا أن رجال الأعمال وصانعي القرار يسترشدون بمدلولاتها التأشيرية.

2. المناخ القانوني والمناخ الاجتماعي والثقافي:

أ. **المناخ القانوني والتشريعي:** ويتمثل المناخ القانوني والتشريعي في القوانين والتشريعات التي تكفل للمستثمر حوافز الاستثمار من قوانين الضرائب والجمارك والحماية من المخاطر غير الاقتصادية مثل التأميم والمصادرة وكذلك حق تحويل أرباحه لأية دولة ولهذا تتنافس الدول في إصدار تشريعات محفزة

للاستثمار فيما بينها بشرط أن لا تؤدي تلك الحوافز إلى ضياع الموارد الوطنية والأخذ من سيادة ومكانة الدولة المضيفة.¹

وتعتبر الأوضاع التشريعية أحد أهم العناصر المؤثرة في تكوين المناخ الاقتصادي الذي يعمل فيه المستثمر، وفي ظل تعاظم حدة المنافسة الدولية على جذب الاستثمارات الخاصة أصبح تهيئة المناخ القانوني مطلباً جوهرياً لتحسين بيئة الاستثمار ورفع درجة الثقة في جدارة النظام الاقتصادي ككل، وتسهم في منح المستثمر الشعور بالاستقرار الحقيقي المطلوب للاستثمار طويل الأجل.²

وقد يكون في بعض البلدان تشريعات عامة للاستثمار دون تحديد مجال الاستثمار وبهذه الحالة يكون على المستثمر في النشاط السياحي واجبات والتزامات وله حقوق وحاله حال المستثمرين في المجالات الأخرى، بمعنى أن هناك قانون عام للاستثمار يحكم العملية الاستثمارية في عموم قطاعات الاقتصاد الوطني دون أية ميزة لمستثمر عن آخر مهما اختلف مجال استثماره، كما وقد تعطي التشريعات والقوانين اهتماماً خاصاً بالاستثمار السياحي وتميزه عن الاستثمار في المجالات الأخرى وهنا يكون تشريع خاص بالاستثمار السياحي ربما يقدم امتيازات خاصة للمستثمر السياحي.³

وليكون الإطار التشريعي محفزاً لجذب الاستثمار في القطاع السياحي لابد من توفر العناصر التالي:⁴

- وجود قانون موحد للاستثمار يتسم بالوضوح والاستقرار والشفافية وعدم التعارض مع التشريعات الأخرى ذات الارتباط وأن يكون متوافقاً مع القواعد والتنظيمات الدولية الصادرة لحكم وحماية المستثمر؛
- وجود ضمانات كافية لحماية المستثمر من المخاطر السياسية؛
- وجود نظام قضائي قادر على تنفيذ القوانين والتعاقدات وحل النزاعات التي تنشأ بين المستثمر والدولة المضيفة بكفاءة عالية.

ومن بين التشريعات السياحية التي تقدم دعماً استثنائياً للمستثمر السياحي ما يلي:⁵

¹ موفق أحمد، حلا سامي خضير، الاستثمار الأجنبي وأثره في البيئة الاقتصادية نظرة تقييمية لقانون الاستثمار العراقي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 80، جامعة الموصل، العراق، ص 147.

² مولاي لخضر عبد الرزاق، بونوة شعيب، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 07، 2009، ص 142.

³ محمد الدباغ، الهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، الطبعة الأولى، إثناء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 360.

⁴ بولرباح غريب، العوامل المحفزة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وطرق تقييمها دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 10، 2012، ص 103.

⁵ محمد الدباغ، الهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، مرجع سابق، ص 361.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- توفير القروض السياحية الميسرة وبسعر فائدة أقل من سعر الفائدة السائد في السوق؛
- تسهيلات في عملية تسديد القروض السياحية كأن تكون عشرة سنوات بدلا من خمسة سنوات كما هو الحال في المجالات غير السياحية؛
- تخصيص قطع أراضي للاستثمار السياحي وبأسعار منخفضة؛
- إعفاء المستثمر من الضرائب لمدة ثلاث سنوات الأولى اعتبارا من تاريخ افتتاح المشروع السياحي؛
- إعفاءات من الرسوم الجمركية على استيراد المواد والمعدات التي يحتاجها المشروع الاستثماري السياحي؛
- وهناك العديد من الاستثناءات التي تميز الاستثمار السياحي عن باقي الاستثمارات الأخرى وفي بعض الأحيان تقدم التشريعات الاستثمارية السياحية امتيازات خاصة للاستثمار السياحي في مجال محدد بالقانون مثل امتيازات خاصة للمستثمرين في مجال السياحة الجماهيرية دون الأنماط الأخرى من أجل توفير الخدمات السياحية لذوي الدخل المحدود وفي أحيان أخرى تقدم التشريعات السياحية امتيازات خاصا لمن يستثمر في منطقة محددة بموجب التشريعات دون غيرها، ويستخدم هذا التشريع لتطوير الأماكن النائية والريفية من أجل تطويرها ورفع مستوى التنمية فيها.

ت. **المناخ الاجتماعي والثقافي:** ويقصد بالمناخ الاجتماعي النسق الاجتماعي السائد في الدولة ويشكل مجموعة السلوكيات كالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السائدة بين أفراد المجتمع والتي يمكن قياسها وتقديرها عن طريق المعايير الثقافية بحيث تؤثر تأثيرا كبيرا على نوعية الإنتاج في المشروع الاستثماري ومواصفاته وثمة ضرورة لدراسة المناخ الاجتماعي، إذ قد يحتوي في طياته قيودا أو موانع أو تهديدا تحول دون تنفيذ المشروع أو تحد من إمكانية نجاحه.¹ ويمكن إجمال مختلف العوامل والمتغيرات الاجتماعية والثقافية فيما يلي:²

- دور السياسات التعليمية والتدريبية والتكوينية المعتمدة في البلد المضيف والتي تساعد على زيادة تكوين العمالة الماهرة والمتخصصة كما ونوعا؛
- درجة الوعي بمقومات التقدم الاقتصادي ومدى تفهم وتعاون أفراد المجتمع لنشاط الشركات الأجنبية والقدرة على تسهيل إدماج هذه الأخيرة في المحيط الاجتماعي والثقافي للبلد المضيف؛
- دور الجمعيات والنقابات العمالية في تنظيم وتحسين القوى العاملة؛
- درجة الوعي الصحي ومقدار التأمينات الاجتماعية المتبعة؛

¹ أوسير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتحية، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 07، 2009، ص 342.

² منصور الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الولاية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 92.

- مدى قابلية المجتمع لتقبل ثقافات جديدة.

ثانيا- المقومات الداعمة أو المكملة:

إلى جانب المقومات الأساسية هناك مقومات أخرى مكملة وداعمة لها والتي ينظر إليها المستثمر ويأخذها بعين الاعتبار قبل قيامه بتوجيه استثماراته إلى القطاع السياحي وتمثل هذه المقومات الداعمة فيما يلي:

1. موارد التراث الطبيعي وموارد التراث الاجتماعي والحضاري:

- **موارد التراث الطبيعي:** وتعتبر الموارد الطبيعية القاعدة الأساس لقيام أية تنمية سياحية مهما كانت بسيطة أو معقدة، راقية أو بدائية، فالموارد الطبيعية هي (هبة الخالق) للأجيال البشرية المتعاقبة، والموارد الطبيعية ذات العلاقة هي الأرض والمياه والمناخ والحياة البرية بكل أشكالها والتضاريس ومناطق الجمال الطبيعي وأعداد أخرى غير هذه مما له أثر وتأثير في نمو وازدهار السياحة، لذلك فإن الموارد الطبيعية (المقومات ذات الأصل أو المنشأ أو المنبع الطبيعي) تأخذ مركز الصدارة، فهي المعين والمحتوى الذي يضم بقية المقومات التي لا بد لها أن تستند إليه.¹

وتمثل السياحة التي تعتمد على مقومات الموارد الطبيعية واحدة من أسرع القطاعات نموا في كثير من بلدان العالم النامية ونظرا لوجود اتجاهات تنموية يمكن من خلالها الانتفاع بموارد البيئة الطبيعية من خلال مبادئ التنمية السياحية المستدامة التي تحقق الاستفادة من عناصر التراث الطبيعي وصونها وحمايتها للأجيال الحاضرة مع مراعاة استحقاقات أجيال المستقبل من هذه الموارد، ولكي تكون السياحة ملائمة للظروف المتغيرة ورشيدة في استخدامها للبيئة فإنه من الضروري ربط أساليب التنمية السياحية بالمعايير البيئية في إطار الاستثمار طويل الأجل.²

- **موارد التراث الحضاري والاجتماعي:** غالبا ما يكون التداخل واضحا ما بين النوع الأول من التراث الطبيعي وهذا النوع من التراث الاجتماعي والحضاري في عملية جذب الجماهير السياحية، حيث تلعب البيئة الطبيعية دورا كبيرا في تشكيل المجتمعات من حيث النظم السائدة بين أفرادها (التراث الاجتماعي) والشكل الثقافي الاجتماعي، وكذلك (القيم والتراث) والتقاليد والعادات، والنظم والعقائد الدينية، بمعنى آخر فإن منظومة البيئة الاجتماعية ما هي إلا حصيلة أو نتاج التفاعل بين المجتمعات البشرية عبر مراحل زمنية مختلفة، وتشتمل مقومات التراث الحضاري والاجتماعي على الأمور التالية:³

¹ منى طه الحوري، الإرشاد السياحي، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 66.

² عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، مرجع سابق، ص 21.

³ نبيل زعل الحوامده، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص ص 26-28.

- مغربيات تاريخية وحضارية: إن للمظاهر التاريخية والحضارية جذب ومن نوع خاص عند كثير من السياح، وتشتمل هذه المغربيات على المواقع التاريخية كالأثار والأطلال كمدينة بابل الأثرية في العراق والأهرامات في مصر والبتراء في الأردن وهذه العناصر خالدة لا تموت، كما أن العديد من مدن العالم تحتوي على العديد من الأبنية القديمة ذات الطراز المعماري الفريد الذي يعكس حضارة الشعوب ويضيف الكثير إلى جمالية وهدوء بيئة هذه المدن وأن العديد منها مستمر حتى يومنا هذا بجذب المجاميع السياحية وهي تحتم على أي فرد مارا بها احترامها وإظهار إعجابه بها وللفترة الزمنية التي تمثلها؛
- مغربيات حضرية: والتي تشتمل على زيارة بعض المدن التاريخية وما تحتويه من ثروة تاريخية، حيث بدأت بعض الدول في التفكير بالناحية الاقتصادية والمردودات المالية التي تشكلها هذه المصادر والمنتجات السياحية فبدأت تعتني بهذه الثروة وأصدرت التعليمات والضوابط التي من شأنها حمايتها وخاصة ما يتعلق بترميم البنايات ذات الشهرة التاريخية والحضارية؛
- مغربيات ثقافية: فالثقافة هي مجموعة المعتقدات والقيم والعادات والسلوكيات وأسلوب الحياة والنقاش والعلاقات الإنسانية في مجتمع معين وكل بلد له ثقافته التي ينفرد بها وأخلاقياته وأذواقه التي يجب أن يحرص عليها في ترقية الإبداع السياحي؛
- مغربيات عرقية: وتتمثل في المجموعات البشرية التي يتصل بها السائح عرقيا خلال الجيل الحالي أو أجيال سابقة وتمثل الروابط العرقية عنصرا من عناصر الحركة السياحية حيث تشكل المساجد والكنائس أنواع مختلفة للمعالم والمغربيات العرقية مثل مسجد الكوفة في العراق والمسجد النبوي الشريف في المدينة المنورة.

2. الموارد البشرية المؤهلة والتسهيلات السياحية

أ. الموارد البشرية المؤهلة: وتشمل الكفاءات البشرية مختلف القدرات الفنية والإدارية والتنظيمية ويأتي التعليم والتدريب المهني في صدارة العوامل المؤثرة في مستوى الموارد البشرية، فارتفاع نسبة التعليم وزيادة الاهتمام بالتدريب المهني يزيد من مهارة العمالة، لذا فإن توفر العمالة المؤهلة والمدربة فنيا يعد من العناصر الهامة لجذب الاستثمار، كما يعتبر الاستثمار المحلي المتزايد في أنشطة البحوث والتطوير وتوفير مراكز البحث العلمي محددًا ضرورياً لاتخاذ قرار الاستثمار في دولة معينة.¹

والموارد البشرية المؤهلة تعد شريكا إستراتيجيا في الاستثمارات السياحية وصناعة السياحة من خلال دورها المتعاظم في إدارة الفنادق والمطاعم ووكالات السفر والسياحة.² ولأهمية الموارد البشرية في صناعة السياحة

¹ أميرة حسب الله مجّد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية دراسة مقارنة، بدون طبعة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة عين الشمس، مصر، 2004، ص 38.

² عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 22.

وجب العمل على استغلالها استغلالا أمثل من خلال إدارتها، حيث ظهر علم يطلق عليه إدارة الموارد البشرية الذي يعرف بأنه: "الاستخدام الأمثل والفعال للموارد البشرية لجميع المستويات التنظيمية للمنظمة حتى تحقق هذه الأخيرة أهدافها"¹

هذا الأمر يسهم كثيرا في تحقيق أهداف التنمية السياحية ويساعد في طرق تنظيم العمل وتنفيذه بالشكل الذي يضمن تخفيض التكلفة وتقليلها وزيادة جودة الخدمات، وغالبا ما يكون سلوك العاملين هو المفتاح الرئيسي والمدخل الملائم لتحقيق الميزة التنافسية في مجال صناعة السياحة وبالتالي تحفيز رؤوس الأموال في القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي.²

ب. التجهيزات والتسهيلات السياحية: إن التسهيلات السياحية تعتبر بمثابة حجر الأساس في العمل السياحي وتقوم بخدمة النشاط السياحي وتمثل في دور الإقامة ومشروعات النقل وخدمات البنية التحتية والنقل والمواصلات وخدمات الإرشاد السياحي ولغة التخاطب وطرق المحاسبة والإعاشة والإقامة.³

ويعتبر توفر بنية أساسية مناسبة من أهم المحددات الرئيسية التي تجذب الاستثمارات الأجنبية لأية دول مضيفة، ف جودة البنية التحتية للبلد المضيف تقلل من تكاليف التوزيع والنقل ومن تكاليف الإنتاج.⁴ ووضعية البنية الأساسية تؤثر تأثيرا كبيرا على قرار الاستثمار لدى العديد من المستثمرين وتشمل هذه الخدمات إمدادات الكهرباء المتميزة بالكفاءة وشبكات النقل المصممة تصميما جيدا (الطرق، الموانئ، المطارات، السكك الحديدية... الخ) وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتلعب الدولة دورا هاما في توفير وتحسين نوعية هذه الخدمات أو زيادة اتساقها مع المعايير والمواصفات الدولية.⁵

ولتبيان تأثير البنى الارتكازية على الاستثمار السياحي يتطلب منا الوقوف عند هذه البنى الارتكازية السياحية والتي يمكن توضيحها كما يأتي:⁶

✓ مقومات البنى الارتكازية السياحية:

أ. البنى الارتكازية العامة:

- سبل الوصول إلى المناطق السياحية (نقل بري، نقل جوي، نقل مائي، نظم النقل الجبلي)؛

¹ معين أمين السيد، إدارة الموارد البشرية في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية، الطبعة الأولى، دار النشر، 2010، ص 26.

² عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 22.

³ أبو بكر عوني عطية علي، التخطيط لموارد السياحة الرياضية، مرجع سابق، ص 65-66.

⁴ مرابط أحمد، تحليل محددات قرار توطين الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر على ضوء المتغيرات الاقتصادية المحلية والعالمية الراهنة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 26، 2017، ص 6.

⁵ زايري بلقاسم، السياسات المرافقة لنجاح منطقة التبادل الحر بين الاتحاد الأوروبي والجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 03، 2005، ص 66.

⁶ محمد الدباغ، الهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، مرجع سابق، ص 367.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- سبل التنقل داخل المناطق السياحية (نقل بري، نقل جوي، نقل مائي، نظم النقل الجبلي)؛
 - خدمات الاتصالات والخدمات الطبية ومرافق الخدمة العامة في المنطقة السياحية؛
 - خدمات الماء؛
 - خدمات المجاري؛
 - خدمات الكهرباء؛
- ب. البنى الارتكازية المتخصصة:

- الخدمات المعلوماتية، الصحافة المتخصصة، وكالات ومكاتب الترويج والإعلان والعلاقات العامة، غرفة التجارة الوطنية والمحلية، هيئات السياحة الرسمية، وكالات السفر، منظمي الرحلات الشاملة، نوادي السفر والتجوال، منظمات وجمعيات السياحة الشبابية، منظمات وجمعيات السياحة الجماهيرية، لجان الأنشطة الاجتماعية والتوجيهية، الخدمات التوضيحية والإرشادية، لوحات الدلالة، مرشدين وأدلاء ومماشي برية طبيعية.

وتعد سبل الوصول والنقل والخدمات المعلوماتية والماء والكهرباء والمجاري من أكثر مشاريع البنى الارتكازية التي يحتاجها الاستثمار السياحي، فإذا ما توافرت خدمات البنى الارتكازية فإن ذلك سيقلل من تكاليف الاستثمار السياحي ويشكل عاملاً جاذباً للاستثمار السياحي ويخلق بيئة استثمارية ملائمة، أما في حالة عدم توفر خدمات البنى الارتكازية، فعلى المستثمر أن يتحمل أعباء وتكاليف إضافية لتوفيرها مما يرفع تكاليف الاستثمار مقارنة بالمردود المادي المرتقب، وبالتالي ستشكل عامل طرد للاستثمار السياحي وتخلق بيئة سياحية غير ملائمة.¹

وفي مجمل القول تكمن أهمية البنية التحتية بالنسبة للاستثمار السياحي في كونها أداة لتفعيل دوره التنموي من خلال التنبؤ بقدر معقول من النجاح المحتمل ذلك أن النجاح النهائي للمشروع مرتبط بتحقيق عوامل أخرى مكتملة لوظيفة البنية التحتية والتحكم في مدى تطوره ومواكبته للمعايير العالمية وبذلك إذا كان الاستثمار السياحي يركز على مدى استقطاب أفراد بصفاتهم العلمية أو السياحية أي بغرض الاستجمام فإن التكامل بين المشروع السياحي وما يحيط به من بنية تحتية علاجية لركود القطاع السياحي وعجزه عن جذب الاستثمارات الأجنبية والمحلية، لتمثل البنية التحتية العمود الفقري وشريان الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمعات المتحضرة ومن دونها لا يمكن تحقيق أي تطور أو رفاهية حضارية للمجتمع مما يؤديه من دعم وتكامل وترباط لإقامة مشاريع تنمية تساهم في زيادة الإيرادات الإجمالية وتؤدي إلى تحسين الظروف المعيشية من خلال توفير الخدمات المالية والاجتماعية، كما أن توفير هذه

¹ محمد الدباغ، الهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، مرجع سابق، ص 368.

التجهيزات يعد شرطاً أساسياً لجذب الاستثمارات الأجنبية وتوطين رأس المال المحلي وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار مع القطاع العام في بنية تحتية، كل هذه الدلائل تشير إلى أهمية البنية التحتية ومدى إسهامها في تنشيط قطاع السياحة.¹

3. مقومات داعمة أخرى:

أ. الإعلام السياحي: إن الإعلام بكل وسائله المتعددة والمتطورة يعد أساساً في عملية الاستثمار في القطاع السياحي وصناعة السياحة، والإعلام السياحي يعني "مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية مستخدماً عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي قصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بالسياحة وفوائدها للفرد والدولة، وتشجيعه على التعرف على المغريات السياحية ونشر الوعي السياحي وحسن معاملة السائحين"²

ب. التسويق السياحي وحجم السوق السياحي: إن التسويق السياحي هو التنفيذ المنظم والمنسق للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي أو الدولي لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة، نمو سياحي، دخل سياحي.³ بحيث يمكن التأثير على اختيارات السياح بالنسبة للوجهات السياحية من خلال أدوات التسويق المختلفة وللصور والمعلومات والأدوات التسويقية الأخرى إمكانية في الترويج للصور الإيجابية للوجهات، كما تطورت الانترنت بسرعة خلال السنوات الأخيرة من خلال استخدامها كأداة إعلانية وترويجية فعالة في صناعة السياحة والضيافة.⁴

ت. الثقافة السياحية: لقد نجحت السياحة في العديد من بلدان العالم انطلاقاً من وجود مجتمع على درجة كبيرة من الوعي بأهمية الموارد السياحية، هذا الوعي يجعل من المواطن يساهم بكل وسيلة متاحة في تنمية سياحية لبلده، والوعي السياحي غير منوط فقط بالعاملين في القطاع السياحي بل يتعدى إلى كل طبقات المجتمع بما يخلق ثقافة سياحية لدى الدول، التي تمكنها من تحسين مؤشرات مساهمة قطاعها السياحي في التنمية الاقتصادية.

¹ سي محمد الخضري، رحال ابتسام، دور البنى التحتية في تفعيل القطاع السياحي، مجلة الاقتصاد الجديد، المركز الجامعي بباتنة، 2017، ص 329-330.

² هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 44.

³ علاء حسين السراي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 16.

⁴ Ching-Shu Su , Jeou-Shyan Horng, *Recent Developments in Research and Future Directions of Culinary Tourism: A Review*, Published by InTech Janeza Trdine, First published, Croatia , 2012, p95.

وقد عرف الوعي السياحي بأنه الإدراك القائم على الإحساس والاهتمام بالمواقع السياحية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية ومعرفة المشاكل التي تواجه النشاط السياحي والرغبة في حل تلك المشاكل للمساهمة في التنمية السياحية ومن ثم المساهمة في تنمية البلد ككل.¹

فإدراك المواطن بأهمية النشاط السياحي غير متعلق أساسا بالجانب الاقتصادي فحسب بل يرتبط بالخصوصية الثقافية للدولة ويتعدى ذلك إلى الهوية والانتماء، وهذه المفاتيح تحتاج إلى تنشئة اجتماعية قائمة على نقل وبعث القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن والتي تساهم في الوصول إلى مستوى كبير من الوعي السياحي وانتشار الثقافة السياحية ويكون ذلك عن طريق مجموعة من المؤسسات منها المدارس، الجامعات، قادة الرأي وصناع السياسات، الأسرة، المراكز الثقافية والاجتماعية، الاتحادات والجمعيات المحلية والوطنية، المجتمعات المحلية، المؤسسات السياحية والمؤسسات الحكومية وغيرها من الأطراف القادرة على خلق حالة جيدة من القبول المجتمعي للنشاط السياحي.²

ث. حوافز الاستثمار التي يستفيد منها المستثمر في القطاع السياحي: وتتمثل في مجموعة من الإجراءات والترتيبات ذات قيم اقتصادية قابلة للتقويم تمنحها الدولة للمستثمرين سواء المحليين أو الأجانب لإغراء الشركات على الاستثمار أو توجيه الاستثمارات إلى قطاعات محددة.³

حيث تتخذ الدولة إجراءات عديدة لدعم مجموعة قوانين الاستثمار عامة وما يخص السياحة على وجه التحديد، ووضع قانون خاص بالاستثمار السياحي يهدف إلى تنمية وتطوير القطاع ومرافقة وتشجيع الاستثمار في مجالاته وخلق وإيجاد الظروف الملائمة لها وترسيخ أسباب تشجيعها والعمل على ضمان حمايتها، وهذا من خلال جمع ونشر المعلومات والدراسات اللازمة لتشجيع رؤوس الأموال المحلية والأجنبية على الاستثمار وإجراء اتصالات بالجهات التي ترغب في الاستثمار في البلد وتعريفها بفرص الاستثمار المتاحة والترويج لها بوسائل الإعلام والنشر المختلفة وتبيان الامتيازات التي تمنح لها.⁴

¹ عبد الله علي قويطن العجلوني، تطور السياحة في الأردن، دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة اربد الأهلية وجامعة جدارا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، 2016، ص 51.

² عبد الحكيم مسكين، خالد ليتيم، دور الوسائط التعليمية والإعلامية في نشر الثقافة السياحية وتشجيع الاستثمار السياحي، جريدة الاقتصاد، المركز الجامعي باتنة، 2017، ص 121.

³ Erdal.D , Mahmut , *Determinants of foreign direct investment flows to developing countries* , a cross-sectional analysis, prague economic paper , N 4, 2008, P 360.

⁴ منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 26.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

وتتنوع صور المساعدات والتحفيزات التي تقدم للمستثمرين في القطاع السياحي وأهم صورها:¹

أ. الإعانات: وهي تنقسم إلى إعانات نقدية وعينية، فالإعانات النقدية هي مبالغ مالية ترصد لمساعدة المستثمرين في مجال السياحة لإقامة مشاريع جديدة في مناطق تستهدف تنميتها تعود على الدولة بالنفع الاقتصادي بحيث تمثل نسبة محددة من تكلفة المشروع الذي توافق الدولة على إقامته، أما الإعانات العينية فتتمثل في منح الأراضي في المناطق السياحية أو تأجيرها أو الانتفاع بها لأجل طويل دون مقابل وبشروط مقبولة مع منحه خيار الشراء بسعر مخفض خلال مدة معينة؛

ب. القروض طويلة الأجل وبأسعار فائدة منخفضة: وتمنح هذه القروض للمستثمرين في المشاريع الهامة من خلال البنوك والمؤسسات الحكومية الخاصة، ويمنح هؤلاء فترة سماح قبل البدء في سداد أقساط القرض لمدة سنة إلى ثلاث سنوات من تاريخ بدء تشغيل المشاريع وتتراوح آجالها من 20 إلى 30 سنة؛

ت. الإعفاءات الضريبية والجمركية: حيث تقرر بعض الدول إعفاءات ضريبية كاملة لمدة تبلغ خمس سنوات وأحياناً تقرر إعفاءات جزئية في السنوات التالية لمدة تتراوح بين 10 و 15 سنة، كما تقوم بتقديم إعفاءات جمركية على الواردات من المعدات والتجهيزات التي تحتاجها المشاريع السياحية؛

ث. تقديم المساعدات الفنية وتكون هذه المساعدات بإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع السياحية وتدريب الإطارات العاملة في القطاع في معاهد ومدارس خاصة بهذا الغرض من أجل رفع كفاءتهم المهنية؛

ج. تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية حيث تقدم الدولة حوافز متنوعة توفر لها الأمان والمناخ المناسب للاستثمار الأجنبي وإرساء عوامل الاستقرار السياسي والاقتصادي ووضع القوانين التي تكفل تحويل الأرباح بسهولة.

¹ محمد يونس، سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني والأجنبي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2015/2016، ص

المبحث الرابع: طرق تهيئة مناخ الاستثمار السياحي

بعد قيام المستثمر بدراسة كافة العوامل المكونة للمناخ الاستثماري لدولة معينة يتخذ قرار الاستثمار من خلال إقباله على إقامة مشاريعه السياحية من عدمه، لذا أصبح من الضروري على الحكومات تهيئة مناخها الاستثماري لاستقطاب الاستثمارات السياحية وخاصة الأجنبية منها، ولكن عملية تهيئة المناخ الاستثماري السياحي تصادفها العديد من العوائق والصعوبات والتي سوف نتطرق إليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: صعوبات وعوائق تهيئة مناخ الاستثمار السياحي

تعد عملية تنشيط الاستثمار السياحي هدف رئيسي لجميع الدول لذا أصبحت هذه الأخيرة تسعى إلى تنمية مختلف أنواع ومجالات الاستثمار السياحي، ورغم أن أغلبية الخطط الحكومية تعطي جهداً ووقتاً لعملية تهيئة المناخ الاستثماري ووضع الخطط والبرامج والأهداف المرتبطة بهذه التهيئة إلا أن الواقع يؤكد الحقائق التالية:

أ. غالباً ما تواجه مشروعات الاستثمار السياحي قيوداً وتهديدات تقلل من فرص نجاحها واستمرارها، إن لم يكن تنفيذها؛

ب. عادة ما يدرك المسؤولون الحكوميون القائمون على خطط وبرامج تهيئة المناخ الاستثماري أنهم قد اضطروا إلى إضافة إجراءات وحزم تحفيزية جديدة لم تكن ضمن أولوياتهم عند البدء في وضع تلك الخطط والبرامج؛

ت. شيوع الاعتقاد بين المختصين بأن عملية تهيئة مناخ الاستثمار الداعم لتنفيذ عملية الاستثمار السياحي تقتصر على التأكد من توفير الخطط والبرامج والإمكانات المادية والمالية والبشرية، دون إدراك أهمية الجوانب المتعلقة بالاعتبارات النفسية والسلوكية للمستثمرين وتوجهات الرأي العام؛

ث. لم يتم وضع تلك الخطط والبرامج في إطار رؤية اقتصادية متكاملة للاقتصاد الوطني، بحيث تكفل تحقيق التكامل بين القطاعات الاقتصادية بما يعزز القيمة المضافة للقطاع السياحي والاقتصاد الوطني؛

ج. إن عدداً من هذه البرامج أغفل الكثير من العناصر الكفيلة بتعزيز تنافسية قطاع السياحة وأهمها تنويع المنتج السياحي وتطوير القدرات البشرية في القطاع وتوفير البنية الأساسية المتطورة لتحفيزه وتنميته؛

ح. إغفال معظم هذه الخطط دور الشركاء الفاعلين في المنظومة السياحية ومن ثم جاءت تلك البرامج غير واقعية أو غير قابلة للتنفيذ ولم تجد الدعم اللازم لتنفيذها أو جني ثمارها؛

خ. إن العديد من المديرين والموظفين القائمين على تنفيذ تلك البرامج والخطط من غير الأكفاء ثم يلجئون إلى تحميل بعض الجهات الحكومية المسؤولية الرئيسية عن فشل البرامج والخطط التي يشرفون عليها

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ويحاولون التكيف مع ما هو متاح من موارد وإمكانات للإيجاء بأنهم يبذلون جهدهم لتهيئة المناخ الاستثماري؛¹

د. تداخل الجهات المعنية بإصدار التراخيص اللازمة للمشاريع السياحية وتعدد القوانين المنظمة وجهات الإشراف على العملية الاستثمارية وانتشار البيروقراطية وتعدد الإجراءات الإدارية؛

ذ. ضعف فعاليات التسويق والترويج للاستثمار السياحي؛

ر. تدهور الاستقرار السياسي والأمني الذي يلعب دوراً مهماً ويؤثر بشكل مباشر على توافد الاستثمارات السياحية، حيث أن عدم الاستقرار السياسي والأمني يجعل المستثمرين الأجانب يتجنبون الاستثمار في دولة ما.²

المطلب الثاني: إجراءات تهيئة مناخ الاستثمار السياحي

بالنظر إلى مجموعة المعوقات التي تعترض عملية تهيئة مناخ استثماري ملائم لجذب مستثمرين في القطاع السياحي سواء كانوا مستثمرين محليين أو أجانب فإنه يتوجب على الحكومات اتخاذ إجراءات تلمس كافة الجوانب المكونة للمناخ الاستثماري السياحي من أجل خلق بيئة محفزة للاستثمار في هذا المجال ومن بين أهم هذه الإجراءات ما يلي:

أ. العمل على توفير التمويل اللازم لعملية الاستثمار السياحي لإزالة أهم المعوقات الاقتصادية التي تعرقل النشاط السياحي، حيث أثبتت الدراسات أن من بين المعوقات التي تواجه العديد من المشروعات السياحية هي محدودية توفير التمويل المحلي اللازم للاستثمار، وتشير الشواهد الدولية أن دولة كندا أحدثت قفزة نوعية في هذا المجال من خلال تبنيها آليات وحلول تمويلية مبتكرة تركز بشكل رئيسي على فكرة إنشاء "صناديق الإقراض التنموية" مما ساعد في الحد من المعوقات الاقتصادية المتعلقة بالاستثمار السياحي.

والجدول التالي يوضح أهم سمات التجربة الكندية في مجال تمويل المشروعات الاستثمارية السياحية.

¹ مصطفى أحمد سيد مكاوي، مرجع سابق، ص 20-21. (بتصرف)

² إبراهيم احمد سعيد، مرجع سابق، ص 206.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

الجدول رقم (1-2): أفضل الممارسات في مجال توفير التمويل السياحي (التجربة الكندية)

عناصر التجربة	الوصف
مجالات التميز	- تمويل الصندوق لتنمية السياحة الوطنية كواحدة من القطاعات الخدمية الواعدة من خلال الحكومة والقطاع الخاص. - تحديد الهدف الرئيسي للصندوق في تحفيز الاستثمار في المشروعات الجديدة للقطاع السياحي ومشروعات تنمية البنى الأساسية التي لا تجتذب القطاع الخاص
اسم الآلية المطورة	بنك/ صندوق تطوير الأعمال الكندي Business Development Bank of Canada (BDC)
أسلوب العمل	يمنح الصندوق قروضا صغيرة بشروط ميسرة تصل قيمتها إلى 10 مليون دولار للمشروع الواحد
مجالات النشاط	- إجراء دراسات الجدوى ودعم عدد من المشروعات الاستثمارية وتمويلها في القطاعات ذات الأولوية ومنها القطاع السياحي. - الاستثمار المباشر عن طريق تقديم رأس المال الاستثماري في القطاعات ذات الأولوية للدولة، ومنها المشروعات السياحية الصغيرة والمتوسطة.
عوامل النجاح	- الدعم الحكومي. - الشراكة الإستراتيجية بين القطاعين العام والخاص. - وضع القطاع السياحي من بين أهم أولويات الدولة الإستراتيجية

المصدر: مصطفى أحمد السيد مكاي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، العدد 193، 2014، ص 36.

من خلال هذه المعطيات نجد أن التجربة الكندية في مجال تمويل المشاريع السياحية من خلال إنشاء صندوق تطوير الأعمال الكندي هي تجربة متميزة، حيث أنها تفتح المجال أمام المستثمرين الصغار لدخول هذا النوع من الاستثمارات باعتبار أن الاستثمار السياحي يحتاج إلى رأس مال ضخم هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الصندوق أو البنك يدخل في شراكة إستراتيجية مع القطاع الخاص عن طريق التمويل المباشر بقروض صغيرة وميسرة تصل قيمتها إلى 10 مليون دولار للمشروع الواحد، الأمر الذي يسمح بإزالة أهم المعوقات الاقتصادية التي تواجه هذا النوع من المشاريع الاستثمارية.

وتجدر الإشارة إلى أن الحكومة الكندية تؤمن فعلا أن القطاع السياحي يعتبر من القطاعات ذات الأولوية للدولة باعتبار أن نجاح الاستثمار السياحي يعتمد على الأهداف المرسومة له من قبل القيادة العليا للبلد، فإذا كانت القيادة العليا للبلد مؤمنة حقا بالنشاط السياحي ومدركة لآثاره المباشرة وغير المباشرة و الكثيرة على الاقتصاد الوطني والمجتمع ككل فتسعى لرسم أهداف مشتركة للاستثمار السياحي وهذا فعلا ما أدركته الحكومة الكندية.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ومن بين الإجراءات التي يمكن اتخاذها أيضا لتحسين بيئة الاستثمار السياحي تكمن في:

أ. التوسع في توفير العوامل الجاذبة للاستثمارات مثل صقل القوى البشرية لكونها أحد مصادر الاستثمار الرئيسي حيث يدر عائدا مضمونا من الاستثمار في رأس المال لانخفاض معدل المخاطرة فيه؛

ب. توفير بيئة اقتصادية ذات سياسات اقتصادية فعالة تعمل على علاج الإختلالات الاقتصادية الدافعة لتحقيق معدلات نمو مرتفعة؛

ت. العمل على توفير قاعدة بيانات ومعلومات متطورة ومواكبة للتغيرات المستمرة في الأسواق وتسهيل الحصول عليها بواسطة كافة المستثمرين؛

ث. أن يكون للدولة دور رقابي رسمي لجذب الاستثمار مع تحديد مجالات التدخل الحكومي وعدم تغير السياسات المتبعة عند تغير الحكومات، مع العمل على تحقيق الإستقرار حيث يؤدي ذلك إلى منع التقلب في التوقعات التي على أساسها يتم تحديد ربحية المشروعات وتقاس بها القدرة على المنافسة في المناخ الاستثماري، بالإضافة إلى توفير الدولة للبنية الأساسية اللازمة للاستثمارات مثل الطرق والموانئ ووسائل الاتصال والكهرباء.¹

وفي هذا الصدد تعتبر دولة الإمارات العربية المتحدة من بين الدولة التي حققت المراتب الأولى إقليميا في مجال جودة خدمات البنية التحتية، حيث أن الإمارات العربية المتحدة اهتمت بإنشاء بنية تحتية متطورة خاصة في قطاع النقل حيث أنها تتوفر على شبكة طرق ذات جودة عالية.

ويصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) في سويسرا تقريرا يعتبر من أهم تقارير التنافسية العالمية التي ترصد بشكل سنوي أداء وتنافسية اقتصاديات دول العالم من حيث نقاط القوة والضعف وانعكاساتها على مستوى المعيشة والازدهار والرفاهية لشعوبها، حيث رصد تقرير عام 2017 اقتصاد 137 دولة تم تصنيفها عبر أداء 114 مؤشرا مدرجا ضمن 12 محورا أساسيا منها محاور المؤسسات والبنية التحتية والتعليم والصحة والابتكار وكفاءة سوق العمل وغيرها، حيث حققت دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة:

- الأولى عالميا في مؤشر "جودة الطرق"
- الثالثة عالمياً في مؤشر "جودة البنية التحتية للمطارات ووسائل النقل الجوي"
- الرابعة عالمياً في مؤشر "جودة البنية التحتية للموانئ البحرية"
- الثالثة عالمياً في مؤشر "نسبة اشتراكات الهاتف المحمول لكل 100 مستخدم"
- الرابعة عالمياً في مؤشر "عدد مقاعد الطيران المتاحة لكل مليون مسافر بالأسبوع"

¹ علي لطفي، مرجع سابق، ص 34-35.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

- 20 في مؤشر "عوامل الابتكار والتطوير"¹.

أما الجدول التالي فيوضح أهم ملامح تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في مجال تطوير الوجهات السياحية وتوفير البنية الأساسية.

الجدول رقم (1-3): أفضل الممارسات في مجال تطوير الوجهات السياحية وتوفير البنية الأساسية (تجربة دولة الإمارات)

عناصر التجربة	الوصف
مجالات التميز	<ul style="list-style-type: none"> - توافر مختلف أشكال البنى التحتية والخدمات الضرورية بصفة منتظمة وفي الأوقات المناسبة بصورة تدعم نمو الاستثمارات السياحية في مختلف إمارات الدولة. - استثمارات حكومية كبيرة في المرافق الحيوية مثل المياه، الكهرباء والصرف الصحي والطرق والجسور والنقل العام والرعاية الصحية والتعليم والمرافق الترفيهية، مما أسهم في توفير بيئة آمنة تشجع على العيش والعمل والاستثمار. - توجه الحكومة إلى ضخ استثمارات ضخمة بالأساس لتنمية البنية الأساسية التي تخدم القطاع السياحي في الإمارات وعلى الأخص تطوير الطرق والمطارات وشركات الطيران وبنية الاتصالات المتطورة.
اسم الآلية المطورة	بنية تحتية فائقة الحداثة وجذابة ومستدامة
أسلوب العمل	<ul style="list-style-type: none"> - تبني خطة إستراتيجية محددة البرامج والمشروعات فيما يتعلق بتطوير البنية التحتية وفق مبادئ التطوير المستدام وخدمة الاحتياجات المستقبلية للدولة. - العمل وفق مبدأ مشاركة القطاع الخاص والمجتمعات المحلية في تطوير وتنمية الوجهات السياحية. - اعتماد "النماذج الاستثمارية" للاستثمار في مشروعات البنية التحتية التي تراعي الشراكة بين الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المحلي.
مجالات النشاط	<ul style="list-style-type: none"> - تطوير البنية الأساسية بصورة مستدامة تخدم كلا من المواطنين والسائحين. - تطوير الأداء المؤسسي المتميز في تنظيم وتخطيط وتشيد وصيانة مشروعات البنية التحتية السياحية. - إيجاد أعلى المعايير والمواصفات العالمية في استثمارات البنى السياحية. - الاستثمار الأمثل للموارد التقنية والمالية التي تدعم مشروعات البنية التحتية السياحية، وبالشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المحلي
عوامل النجاح	<ul style="list-style-type: none"> - الدعم الحكومي غير المحدود لاستثمارات البنية الأساسية التي تخدم القطاع السياحي. - تقدم الدولة كثيراً من التسهيلات والحوافز لمطوري البنية التحتية من القطاع الخاص التي تخدم القطاع السياحي. - سعي الحكومة الاتحادية الدائم إلى توفير متطلبات تحقيق أعلى مستويات جودة البنية التحتية وفق المعايير الدولية.

المصدر: أنظر إلى: مصطفى أحمد سيد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 39-40.

- UAE-Interact, "Infrastructure," December 11, 2007, at: http://www.uaeinteract.com/uaeint_misc/pdf_2007/English_2007/eyb6.pdf (Accessed September 5, 2013).

¹ البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة على الموقع الإلكتروني - <https://government.ae/ar-AE/information-and-services/infrastructure/civic-facilities> تم الاطلاع يوم 2018/01/22.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي - دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

وبالتالي نلاحظ أن الحكومة الاتحادية تأكدت تماما بأن توفير البنية التحتية يعتبر من المقومات الداعمة للاستثمار في القطاع السياحي، لذلك عملت على تنظيم وتخطيط وتشديد وصيانة مشروعات البنية التحتية، ولم يتوقف الأمر هنا فقط بل حرصت حرصا تاما على توفير متطلبات تحقيق أعلى مستويات جودة البنية التحتية وفق المعايير الدولية، أما عن عامل النجاح الثاني الذي تميزت به الإمارات هو العمل على تحقيق الشراكة بين الحكومة والقطاع الخاص مع الحرص على تقديم مختلف التسهيلات والتحفيزات لمطوري البنية التحتية من القطاع الخاص وكذلك مراعاة إشراك المجتمع المحلي في العملية التنموية، فالحكومة الاتحادية تعتبر من بين الحكومات التي حرصت فعلا على توفير المرافق الحيوية وكذا الرعاية الصحية والتعليم والمرافق الترفيهية، هذه الأمور كلها ساعدت في توفير حياة آمنة تساعد المواطن والمجتمع المحلي والمستثمر الأجنبي على التفكير في الاستثمار في الإمارات العربية المتحدة.

- ومن بين التدابير التي يجب على الحكومات إتباعها أيضا والحرص على تنفيذها لضمان تهيئة مناخ استثماري ملائم قادر على جذب الاستثمارات السياحية ما يلي:¹

1. تحديد العوامل التي من المحتمل أن تحفز القطاع الخاص على المشاركة الفاعلة في المشروعات السياحية مع تحديد وتنويع مجالات الاستثمار السياحي من موارد ثقافية وطبيعية، فنادق ومطاعم سياحية، منتزهات ومنتجعات سياحية؛
 2. تحديث أنظمة سوق العمل لتتلاءم مع احتياجات السوق السياحية ومتطلبات أنظمة الاستثمار بما يضمن حقوق الأطراف المتعاقدة، مع العمل على تطوير سوق العمل السياحي؛
 3. الشراكة الفعالة بين كافة قطاعات الدولة (القطاع الحكومي والقطاع الخاص والمواطنين) لضمان جذب السياح وتوفير الأمان لهم بما يحقق أهداف السياحة والاستثمار السياحي؛
 4. تسهيل حصول المستثمرين والسياح على تأشيرات الدخول إلى البلد المضيف لما لها من دور فاعل في جذبهم للاستثمار والسياحة للبلد؛
- كما يعد مبدأ الشراكة الفعالة بين كل المهتمين بقطاع السياحة وبيئة الاستثمار السياحي ومناخه، وتسهيلات الاستثمار السياحي ومعالجة كافة المعوقات التي تواجه المستثمرين من أهم العوامل التي تدعم القطاع الخاص وتسانده في دوره الفاعل ومساهمته في تطوير صناعة السياحة وتنميتها.

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، مرجع سابق، ص 40. (بتصرف)

المطلب الثالث: دور القطاع الخاص في إنجاح الاستثمار السياحي

يمثل القطاع الخاص اليوم محور عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في معظم بلدان العالم المتقدم والنامي على حد سواء نظرا لما يتمتع به هذا القطاع من مزايا وإمكانيات كبيرة تؤهله للقيام بدور ريادي في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية.

أولا يجب وضع تعريف واضح وشامل لمفهوم القطاع الخاص، فإذا كان القطاع العام كل ما تعود ملكيته للدولة وتديره بمعرفتها ووسائلها وبالتالي تكون ملكيته لكافة المواطنين مجتمعين، فإن القطاع الخاص هو كل ما يملكه المواطنون متفرقون ويديرونه بمعرفتهم ووسائلهم وتحت مظلة سلطة الدولة ورقابتها، وعليه فإنه كل من يعمل في جميع القطاعات الصناعية والتجارية والزراعية والخدمية وجميع المهن الفكرية والعلمية الذي لا يتقاضى أفرادة دخلا أو إيرادا من خزينة الدولة بل يعملون بوسائلهم وطرقهم لكسب معيشتهم وتحسين دخلهم وتطويره بعيدا عن المال العام.

وإن زيادة دور القطاع الخاص ليست مطلوبة لذاتها، وإنما لما تحققه المنافسة والكفاءة من ترشيد في استخدام الموارد الاقتصادية، كما أن قيام القطاع الخاص بدوره لا يعني فقط السماح له بفرص جديدة ومزايا خاصة، وإنما يعني أن يتحمل مسؤوليته كاملة وإتاحة الفرص لدور أكبر للقطاع الخاص لا يعني إطلاقا إزاحة دور الدولة ولكنه تطوير لأسلوب تدخل الدولة، بحيث يغلب التدخل عبر السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية على التدخل بالأوامر والتنفيذ المباشر، ويعتمد القطاع الخاص في تسييره على آليات السوق الحرة والمنافسة في تحديد أسعار السلع والكميات المنتجة والمستهلكة، ومن أجل المنافسة الحرة يفضل ويفترض عدم تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي.¹

وبالتالي يجب ترك آليات السوق (العرض والطلب) تعمل بكفاءة في ظروف تنافسية، لأن التدخل في تحديد الأسعار أو الحد من التغيرات فيها قد يفسد المناخ الاستثماري، وحينها لا تعمل آليات السوق بالكفاءة المطلوبة لسبب أو لآخر، ينبغي التدخل بالقدر الذي يصلح عمل هذه الآليات فقط وهكذا فإنه كلما قلت تدخلات الحكومة في السوق السياحية كان أفضل، وإن إستوجب الأمر التدخل فيجب أن يكون محدود لمعالجة حالة طارئة، وكلما كانت الإجراءات الحكومية المفروضة على المستثمرين في السياحة سلسلة ومرنة كلما كانت عامل جذب للمستثمرين المحليين والأجانب وتخلق بيئة استثمارية سياحية ملائمة.²

¹ إلهام خيضر عباس شبر، نسرین عالی قاسم، الخصخصة والتنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 69.

² محمد الدباغ، إلهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، مرجع سابق، ص 364.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ولقد أدركت الكثير من دول العالم الدور الفاعل للقطاع الخاص في الاستثمار في الموارد السياحية وفي مجال التسهيلات والخدمات السياحية انطلاقاً من مساهمة هذه الاستثمارات في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية كافة، لذا فإن النجاح المطرد للقطاع الخاص في مجالات الاستثمار السياحي المتعددة والمتنوعة شجع معظم الدول التي يعتمد اقتصادها لحد كبير على السياحة مثل مصر، تركيا وإسبانيا إلى تحفيز المستثمرين من القطاع الخاص أفراداً أو مؤسسات إلى الاستفادة من الاستثمار في الإمكانيات والمقومات الكبيرة لمواقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده، إدراكاً منها للفوائد العديدة للاستثمار في هذه الموارد، وللقطاع الخاص دوراً أساسياً في إنجاح عملية الاستثمار السياحي وصناعة السياحة فهو يعد الشريك الفاعل في تحريك عجلة التنمية السياحية وما تساهم به في جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للدولة عامة وللمجتمعات المحلية خاصة.¹

وإن دور القطاع الخاص الفاعل في إنجاح عملية الاستثمار السياحي ينبع من عدد من السمات والخصائص التي يتمتع بها هذا القطاع والمتمثلة فيما يلي:²

- الخبرة الاستثمارية المتمثلة في الاستفادة من الخبرة الوطنية والعالمية؛
- كفاءة الإدارة والقدرة التنافسية التسويقية التي تؤدي إلى توفير الخدمات ورفع مستوى جودتها؛
- وفرة رأس المال الذي يعد الأساس في إنجاح عملية الاستثمار؛
- وبصفة عامة فإن القطاع الخاص له دور رئيسي في إنجاح عملية الاستثمار السياحي والتي تتمثل فيما يلي:³
- توفير البنية التحتية المحددة للقطاع السياحي من خلال إقامة المنشآت السياحية الاستثمارية، التي تشمل المنشآت والخدمات اللازمة لقيام صناعة السياحة (الفنادق، المطاعم، المنتجعات... الخ) كما يجب أن تتحمل الحكومة قسطاً من عبئ الاستثمارات ذات الفائدة العامة من البنى التحتية، ويستثمر القطاع الخاص في استثماراته على أن يكون دور الحكومة تنسيقاً مع القطاع الخاص من مخطط التنمية؛
- توفير التمويل للاستثمار السياحي حيث أن التمويل الحكومي للمشاريع السياحية محصور في المناطق التي لا يجد القطاع الخاص فيها رغبة أو مطمحاً تجارياً تحفزه وتشجعه على الاستثمار على نطاق أوسع، كما تجدر الإشارة إلى أن الدول النامية تعاني عادة من ندرة رأس المال وما تقدمه المؤسسات الدولية التمويلية يكون هو الآخر محدوداً ويتطلب العديد من الشروط والمواصفات

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 35.

² المرجع نفسه، ص 35.

³ للمزيد راجع: - الهام خيضر عباس شبر، نسرين غالي قاسم، مرجع سابق، ص 71.

- عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، مرجع سابق، ص 36.

الفصل الأول: مناخ الاستثمار السياحي – دراسة نظرية ومفاهيم أساسية-

ولذلك وجب على حكومات هذه الدول أن تعتمد على تشجيع الاستثمار محليا وعربيا وأجنيا وزرع الثقة في نفوس المستثمرين عن طريق الضمانات التشريعية؛

- المساهمة في إعداد الكوادر البشرية الوطنية وتأهيلها وتدريبها في مجال صناعة السياحة؛
- الشراكة الفاعلة في تسويق السياحة من خلال الوسائل والآليات التي تعمل على إبراز البلد كواجهة سياحية؛
- توزيع مشروعات الاستثمار السياحي بشكل يسهم في تنمية المناطق المختلفة، مع التركيز على مناطق الجذب السياحي لضمان نجاح عملية الاستثمار السياحي وبغرض تحقيق الأهداف المنشودة.

خلاصة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل دراسة الإطار النظري لمناخ الاستثمار السياحي من خلال التطرق إلى المفاهيم الأساسية عن السياحة والإستثمار السياحي، كما تعرضنا الى المقومات الاساسية والمقومات الداعمة لمناخ الاستثمار السياحي ومختلف الاجراءات التي تمكن من تهيئة مناخ الاستثمار السياحي، وتوصلنا إلى أن السياحة هي مجموعة من الأنشطة المختلفة التي يقوم بها الأفراد أثناء سفرهم إلى أماكن أخرى غير البحث عن عمل يحصلون من ورائه على أجر، وللسياحة العديد من الدوافع كالدوافع الرياضية، التاريخية، العلاجية والترفيهية.

أما الاستثمار السياحي فهو تلك العملية التي يمكن من خلالها توفير رؤوس الأموال وتوجيهها إلى إقامة مشروعات في القطاع السياحي من أجل تلبية جميع احتياجات السياح والسكان، وبهدف ضمان استغلال أمثل وملائم للموارد الطبيعية وتحقيق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية.

وفي دراستنا لمناخ الاستثمار السياحي إستنتجنا الى أن مناخ الإستثمار يعتبر من أهم العوامل الجاذبة أو الطاردة للمستثمرين سواء كانوا محليين أو أجنب، فمناخ الاستثمار السياحي هو نتاج تفاعل العوامل الإقتصادية، الإجتماعية والسياسية، وعوامل تتعلق بالمناخ القانوني والتنظيمي وموارد التراث الطبيعي والإجتماعي والحضاري إضافة الى عوامل أخرى والتي تؤثر على ثقة المستثمر وتعتبر محدد رئيسي لتوجيه أمواله لإستثمارها في بلد معين دون آخر.

وفي آخر هذا الفصل ومن النتائج المتوصل إليها أيضا، فإنه يتوجب على الحكومات الحرص على إتباع جملة من التدابير لضمان تهيئة مناخ إستثماري ملائم والتي أهمها توفير بيئة إقتصادية مستقرة والتوسع في توفير العوامل الجاذبة للاستثمارات مثل تدريب العنصر البشري، بالإضافة إلى تحديد العوامل التي من الممكن أن تحفز القطاع الخاص على المشاركة الفاعلة في المشروعات السياحية مع تحديد وتنويع مجالات الاستثمار السياحي.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار

السياحي في دول مختارة

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

تمهيد:

إن عملية توطين الاستثمارات بشتى أنواعها بما فيها الاستثمارات السياحية تميل إلى الاقتصاديات التي تتمتع بمناخ استثماري ملائم، حيث أن توفر هذا المناخ يحفز ويساعد على جذب الاستثمارات السياحية سواء كانت استثمارات محلية أو أجنبية.

واليوم نجد أن هناك العديد من الدول التي طورت اقتصادياتها بحكم أنها أعطت عناية خاصة وقامت بجهود كبيرة لتحسين مناخها الاستثماري، حيث صنفت ضمن الدول ذات الجاذبية للاستثمارات مثل دولة الإمارات العربية المتحدة ودولة تركيا ودولة المغرب، هذه الدول التي تعتبر عينة من بين الدول السياحية، بحيث ساهمت في تطورها العديد من الشركات الأجنبية التي تركزت على أراضيها وكذلك تواجد سلاسل الفنادق العالمية والتي أعطتها صبغة مميزة في هذا الميدان، هذه الأخيرة ساعدت كثيرا في تحسين مؤشرات السياحة الوطنية بها.

ومحاولة لاستخلاص الدروس من هذه التجارب ارتأينا في هذا الفصل إلى إبراز العوامل التي ساعدت هذه الدول على تحقيق تحولات اقتصادية نحو الأفضل بفضل تبنيتها لسياسات تصحيحية لمناخها الاستثماري، وعليه سوف نقوم بتقديم نظرة شاملة حول اقتصاديات هذه الدول والإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها سواء كانت إمكانيات طبيعية وتراثية وكذلك إمكانيات بشرية ومادية، مع دراسة أثر هذا المناخ وانعكاساته على مؤشرات السياحة في كل دولة.

ولالإمام بمختلف هذه الجوانب قسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث رئيسية وهي:

المبحث الأول: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة؛

المبحث الثاني: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في المغرب؛

المبحث الثالث: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في تركيا؛

المبحث الرابع: مؤشرات قطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

المبحث الأول: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة

شهدت الإمارات العربية المتحدة نقلة هائلة في قطاع السياحة الذي أصبح خلال السنوات الماضية موردا هاما للدخل بالنسبة للدولة، وصارت الإمارات العربية المتحدة بفضل التخطيط الجيد وحسن توظيف الموارد أهم وجهة سياحية في الشرق الأوسط، بل وصارت أبو ظبي رابع أكبر وجهة سياحية في العالم منافسة في ذلك مدن سياحية عريقة مثل نيويورك، ميونيخ، برشلونة، سنغافورة واسطنبول، كما صنفت الدولة في التقارير الدولية من بين الدول الأكثر استثمارة في صناعة السياحة بالمنطقة والعالم حيث بلغ حجم الاستثمارات السياحية بها في عام 2017 ما قيمته 25 مليار دولار أي ما يعادل 8% من الاستثمارات الواردة موفرة بذلك 585.5 ألف فرصة عمل بالقطاع أي بنسبة 9.5% من إجمالي سوق العمل، وساهمت هذه الاستثمارات في تدشين العديد من المتاحف والمنتجعات ووسائل الترفيه ومراكز التسوق والأبراج وصارت مركزا لجذب رؤوس الأموال الخارجية المهتمة بالاستثمار السياحي.

وهذا الأمر لم يأت من العدم وإنما أتى من الجهود الكبيرة التي قامت بها الدولة، من حرصها على توفير بنية تحتية وتشريعية ولوجستية متقدمة، وخدمات حكومية متطورة وأهمها تفعيل الحكومة الذكية والإعفاءات الضريبية والجمركية مع إمكانية تملك الأجانب لبعض المشروعات خارج المناطق الحرة وتحويل الأرباح بنسبة 100% إلى الخارج والحوافز والامتيازات الأخرى التي تمنحها الدولة للمستثمرين في القطاع السياحي، فضلا عن الموقع الاستراتيجي المتميز لها وعلى رأس كل هذه المقومات الاستقرار السياسي والأمني الذي تتمتع به الإمارات العربية المتحدة.

المطلب الأول: الإمكانيات الطبيعية والبيئية لدولة الإمارات العربية المتحدة

قبل الخوض في الجانب الاقتصادي للإمارات العربية المتحدة، ارتأينا تخصيص هذا المطلب لتسليط الضوء على مختلف المكونات الطبيعية والجغرافية التي تتمتع بها الدولة، كما سوف نتطرق إلى مختلف الموارد المتاحة فيها.

1. الموقع والمساحة: تقع الإمارات العربية المتحدة في قارة آسيا وتحديدا في الجهة الغربية الجنوبية منها في شرق الجزيرة العربية، تحدها من الشمال والشمال الغربي مياه الخليج العربي، وللدولة حدود بحرية مشتركة من الشمال الغربي مع دولة قطر، ومن الجنوب والغرب لها حدود برية مع المملكة العربية السعودية، ومن الجنوب الشرقي مع سلطنة عمان، وتقع دولة الإمارات بين دائرتي عرض 22 و 26.5 درجة شمال خط الاستواء، وخطي طول 51 و 56.5 درجة شرق خط غرينتش ضمن المنطقة الحارة.¹

¹ المجلس الوطني للإعلام، الكتاب السنوي لدولة الإمارات العربية المتحدة، 2016، ص 6.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

وتتألف دولة الإمارات العربية المتحدة من سبع إمارات وهي: أبوظبي، دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة والفجيرة، وتغطي إمارة أبوظبي مساحة 87% من إجمالي مساحة الدولة.¹ في حين تغطي الإمارات الأخرى دبي، الشارقة، عجمان، أم القيوين، رأس الخيمة والفجيرة مساحة 13% من إجمالي مساحة الدولة، وتبلغ مساحة دولة الامارات العربية المتحدة 83.600 كم² وتضم أكثر من 200 جزيرة متباينة في الحجم والنشأة والتكوين والأهمية، وتغطي الصحراء 74% من مساحة الدولة كما يبلغ عدد سكانها 8.2 مليون نسمة حسب إحصائيات سنة 2016.²

2. **الوضع الجغرافي:** تتكون أراضي الدولة في معظمها من الصحاري ولاسيما في المناطق الغربية، وتتخللها عدة واحات مشهورة مثل العين وليوا، إضافة الى المراعي الخصبة الموجودة في مناطق الظفرة التي تتوفر فيها المياه الجوفية، وتقع في الجنوب من هذه المناطق الكثبان الرملية، ويعتبر جبل حفيت حدا جنوبياً لواحة البريمي حيث تقع مدينة العين ويبلغ إرتفاعه نحو 1220 متراً، إضافة الى سلسلة جبال حجر التي تشطر شبه جزيرة مسندم وتمتد على مسافة 80 كلم شمالاً وجنوباً ويعرض يصل الى نحو 32 كلم فتخترق سلطنة عمان لتصل الى الطرف الشرقي من شبه الجزيرة العربية، وفي سفوح المناطق الشمالية من هذه السلسلة التي تصل في أعلى ارتفاعها الى نحو 2438 متراً تقع مدينة رأس الخيمة وتتميز سلسلة السفوح الغربية للسلسلة بوجود الوديان الكبيرة والأخاديد التي يستغل بعضها للزراعة، أما المياه الإقليمية فهي ضحلة عموماً إذ يبلغ متوسط عمقها 35 متراً بينما يبلغ أقصى عمق 90 متراً، بإستثناء المنطقة التي يقع فيها مضيق هرمز حيث يصل العمق الى 140 متراً وتتصف المياه الإقليمية للدولة بكثرة الشعب المرجانية الغنية بمحار اللؤلؤ والثروة السمكية.³

ويتسم مناخ دولة الامارات بأنه حار ورطب على طول الساحل، إلا أنه جاف لدرجة كبيرة في المناطق الداخلية حيث تصل درجة الحرارة الى أقصى قيمة لها في الصيف الى 46 درجة مئوية أما في الصحراء فتصل الى 49 درجة مئوية أو أكثر، أما بالنسبة للأمطار فإن نسبتها متغيرة من سنة الى سنة، إلا أن متوسط هطولها يكون من 100 الى 150 ملم سنوياً، وتهب في منتصف فصل الشتاء وفي بداية فصل الصيف من كل عام رياح تدعى نورثر، حيث تأتي من جهة الشمال والشمال الغربي حاملة معها الكثير من الغبار والرمل الصحراوية.⁴

¹ Agence pour le commerce extérieur, **EXPORTER AUX ÉMIRATS ARABES UNIS**, 2015, P 3.

² المجلس الوطني للإعلام، الكتاب السنوي لدولة الإمارات العربية المتحدة، مرجع سابق، ص 6

³ التقارير المقدمة من الدول الأطراف بموجب المادة 9 من الاتفاقية، الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، الأمم المتحدة، 2009، ص 4.

⁴ صابرين السعوي، مساحة الإمارات وعدد سكانها: متوفرة على الموقع الإلكتروني <http://mawdoo3.com> تم الاطلاع يوم 2018/03/18.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

3. المواقع الأثرية: إن الموقع الجغرافي لدولة الامارات العربية المتحدة جعلها على مر العصور إحدى أهم النقاط التجارية في المنطقة، مما أدى الى ظهور العديد من الحضارات على أرضها، وقد تركت هذه الحضارات الكثير من المواقع التاريخية التي تؤرخ لمراحل مهمة من تاريخ هذه الدولة العريقة وتجعلها محل إهتمام العديد من السياح الذين يهتمون بالسياحة التاريخية، ومن أهم هذه المواقع الأثرية نذكر مايلي:¹
- موقع مدافن حفيت: ويقع هذا الموقع بالقرب من سفح جبل حفيت في مدينة العين ويعود تاريخه إلى بداية العصر البرونزي حيث تم العثور فيه على 200 مدفن، وعثر بداخل تلك المدافن على بعض النحاسيات والأواني الفخارية، حيث يعد هذا الموقع واحدا من مواقع مدينة العين التي أدرجت على قائمة التراث العالمي في عام 2011؛
 - موقع أم النار: ويمثل هذا الموقع نمطا حضاريا مميزا عرف لاحقا بحضارة أم النار التي ازدهرت في أواسط الألف الثالث قبل الميلاد وإمتدت إلى مناطق متعددة من الخليج العربي، ويضم الموقع حوالي 50 مدفن إضافة الى مستوطنة سكنية تعود إلى تلك الحقبة؛
 - موقع هيلي: تقع مدافن هيلي في إحدى ضواحي مدينة العين ويعود تاريخها الى الألف الثالث قبل الميلاد، وقد عثر فيها على سبعة مدافن دائرية مقسمة من الداخل إلى حجريات لدفن الموتى؛
 - موقع القصيص: وهي منطقة تقع على بعد 12 كلم شرقي إمارة دبي وجدت فيها مدافن شيدت تحت مستوى الارض، ولعل أهم ما أكتشف فيها هو هيكل عظمي يعود الى 900 سنة قبل الميلاد؛
 - موقع جميرا: ويعتبر هذا الموقع من أهم المواقع الأثرية الإسلامية في الدولة ويقع في إمارة دبي بالقرب من شاطئ البحر ويضم عددا من المباني الحجرية؛
 - موقع مويلح: تعتبر منطقة مويلح في الشارقة من المواقع المهمة في العصر الحديدي، حيث وجد في هذا الموقع أول دليل على الكتابة في الإمارات حيث عثر على كسرة فخارية نقش عليها ثلاثة أحرف من العربية، ويعتبر مويلح من المواقع المدرجة على القائمة التمهيدية للدولة ليتم ترشيحها في المستقبل إلى قائمة التراث العالمي؛
 - موقع مصفوت: حيث تقع منطقة مصفوت جنوب شرقي إمارة عجمان وهي ضمن سلسلة جبال الحجر وقد عثر فيها على مجموعة من النقوش الصخرية والتي تمثل مجموعة من الأشخاص في أوضاع مختلفة الى جانب نقوش لأفراد كل واحد منهم يحمل عدة الصيد ورمحا، وتعود هذه النقوش إلى الألف الثالث قبل الميلاد؛

¹ وزارة الثقافة وتنمية المعرفة للإمارات العربية المتحدة على الموقع الالكتروني: <http://mckd.gov.ae/sites/> تم الاطلاع يوم 2018/09/18.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- موقع الدور: يعود إلى القرن الأول قبل الميلاد وقد كشفت التنقيبات الأثرية في الموقع عن مجموعة مباني منها مبنى للمعبد وجميعها مشيدة بالحجر إضافة إلى مجموعة من المدافن عثر بداخلها على بعض القطع الأثرية الفخارية والمعدنية؛
- موقع جزيرة الأكعاب: ويعتبر هذا الموقع من المواقع الأثرية الفريدة من نوعها ليس فقط على مستوى الدولة بل العالم، وتقع جزيرة الأكعاب في إمارة أم القيوين ويعود تاريخها إلى العصر الحجري الحديث، وأكدت التنقيبات الأثرية وجود رقعة من الأرض إتضح أنها إستخدمت لذبح حيوان بقر البحر وهو من الحيوانات البحرية الندية التي مازالت تعيش في الخليج العربي حتى الوقت الحاضر؛
- مسجد البدية: يوجد هذا المسجد في إمارة الفجيرة والذي يعود تاريخه إلى القرن الخامس عشر ميلادي وهو أقدم مسجد قائم تؤدي فيه الصلوات على صعيد الدولة، ويتميز بفنائه المعماري وبقبابه المميزة.

المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي

إن السياسة والاقتصاد وجهان لعملة واحدة، فكما للتطورات السياسية تأثير كبير على مناخ الاستثمار السياحي، فللجانب الاقتصادي كذلك أثر بالغ الأهمية على مناخ الاستثمار السياحي.

أولاً- طبيعة النظام السياسي في دولة الامارات: لقد تبين لنا في الفصل السابق أن المستثمر يولي أهمية كبيرة لطبيعة النظام السياسي السائد ومدى إستقراره في البلد المضيف، كما عرفنا أن النشاط السياحي حساس جدا للظروف الأمنية والسياسية، الأمر الذي يجعل من الجانب الأمني والسياسي إما عامل جذب للاستثمار أو طرد له، خاصة وأن المستثمرين لا يغامرون بأموالهم في بيئة تسودها الحروب والانقلابات أو الثورات، أو أنها تشهد تغييرات حكومية متتالية الأمر الذي يجعل من الحكومة الجديدة لا تفي بالإلتزامات والتعهدات التي قدمتها الحكومة السابقة خاصة، كما وأن الاستثمارات السياحية هي إستثمارات طويلة المدى لذلك فإن الإخلال في أي تعهد من قبل الحكومة قد يؤدي الى التوقف عن إنجاز أو إكمال هذا النوع من الاستثمارات.

وبالنسبة لدولة الامارات العربية المتحدة فهي عبارة عن إتحاد يجمع بين سبع إمارات فردية، وقد تشكلت الدولة في عام 1971م عندما دجت الإمارات الستة مع بعضها وهي عجمان، الفجيرة، دبي، الشارقة، أم القيوين وأبوظبي وأضيفت اليهم إمارة رأس الخيمة في عام 1972، ويتألف النظام السياسي في دولة الامارات العربية المتحدة من عدد من المؤسسات الاتحادية في مقدمتها المجلس الأعلى للاتحاد الذي يمثل السلطة العليا في البلاد ويتشكل من أعضاء المجلس الأعلى للاتحاد حكام الامارات السبع ويتولى رسم

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

السياسة العامة للدولة والنظر في كل ما من شأنه تحقيق أهداف الإتحاد والمصالح المشتركة للامارات والمصادقة على القوانين الاتحادية وغيرها من المهام.¹

ويعتبر النظام السياسي في دولة الامارات العربية المتحدة نظاما إتحاديا رئاسيا.² وتعتبر الامارات العربية المتحدة من بين الدول التي نجحت في المحافظة على إستقرارها السياسي كما أثبتت قدرتها على معالجة القضايا الحدودية مع جيرانها: المملكة العربية السعودية وسلطنة عمان، فقد أثبت الكيان الإتحادي قدرته على الثبات في الداخل وحل القضايا الإتحادية المعلقة بين الأعضاء وإكتسب الإتحاد بذلك قدرته على التصدي للقضايا الخارجية ماعدا قضية الجزر الثلاث والتي تعتبر أحد أهم التحديات السياسية الخارجية التي تواجه الدولة منذ نشأتها وحتى الوقت الراهن، فالقضية إلى الآن لم تلق حلا يرضي الطرفين، فبينما أعلنت دولة الامارات في أكثر من مناسبة تمسكها بجزرها المحتلة أعلنت إيران عدم إستعدادها للتفاوض حول قضية الجزر والتي تعتبرها جزءا من أراضيها وتعبيرا عن سيادتها القومية، وعلى الرغم من قيام الكثير من الدول العربية والصديقة ببحث إيران على التفاوض وذلك لأن المفاوضات هي الحل الأمثل لإيجاد تسوية لقضية الجزر، فإن الرفض الإيراني المستمر يحول حتى الآن دون التوصل إلى حل عادل يحفظ لدولة الامارات العربية المتحدة حقوقها، هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك تحدي سياسي داخلي يواجهه هذه الدولة وكان أول تحدي سياسي واجه الامارات العربية المتحدة والمجتمع في بداية تأسيس الإتحاد هو ترسيخ الكيان الإتحادي وتعزيز الولاء والانتماء للإتحاد بدلا من الولاء للقبيلة أو الامارة، بالإضافة إلى ذلك فإن الخوف من التغيير ومن الجديد كاد يكون عقبة تعرقل قيام الكيان الإتحادي، لذا أعتبر الكثير من المحللين السياسيين أن هذا التحدي كان من أصعب التحديات الداخلية التي واجهها الكيان.³

ثانيا- الجانب الاقتصادي: لقد شهدت الحياة الاقتصادية في دولة الامارات تغييرات جذرية مع إكتشاف النفط الذي إتسمت سياسات توظيف إيراداته بالحكمة والرشادة ما ساعد على بناء هيكل إقتصادي قوي وقطاعات إقتصادية واعدة وبنية تحتية متطورة، كما أن إقتصاد الدولة مبني على التنوع الاقتصادي والذي يقلل من الأزمات والصدمات الناجمة عن تذبذب أسعار النفط، وهذا التنوع يخلق فرصا وظيفية ذات كفاءة إنتاجية خاصة في القطاع الخاص، كما أن مواصلة الحكومة لمجهوداتها فيما يخص تعزيز الإطار التنظيمي للقطاعات الرئيسية ساعد في خلق بيئة اقتصادية مواتية لممارسة الأعمال.

¹ المجلس الوطني للإعلام، الكتاب السنوي لدولة الإمارات العربية المتحدة، 2016، مرجع سابق، ص 10.

² صالح صغير العامري، الإصلاح السياسي في دولة الإمارات العربية المتحدة ودوره في التغيير السياسي من 1991-2010، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص ص 142-143.

³ فاطمة الصايغ، التحديات ذات الجذور التاريخية التي تواجه دولة الإمارات العربية المتحدة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2007، (بتصرف).

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

1. المؤشرات الاقتصادية الكلية الرئيسية لاقتصاد دولة الامارات العربية المتحدة

على الرغم من أن دولة الإمارات لا تزال تعتمد بشكل كبير على الدخل النفطي، إلا أنها تتمتع بأكثر اقتصاد متنوع في منطقة مجلس التعاون الخليجي، ولكل إمارة من الإمارات السبع في الدولة ظروف وأولويات اقتصادية مختلفة ولكن تلتزم جميعها بإستراتيجية التنمية الشاملة لرؤية 2021، فبينما تحتفظ أبوظبي بمعظم إحتياطات البلاد من النفط والغاز وتدير معظم المدخرات الوطنية نظرا لكبر مساحتها، فإن إمارة دبي هي المركز التجاري في الدولة، وتؤكد المؤشرات الاقتصادية الرئيسية للدولة خلال السنوات الأخيرة قدرتها على التكيف مع الأزمات ومع التحولات الاجتماعية والاقتصادية وهذا ما يمثله الجدول التالي:

الجدول رقم (2-1): تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة

2018/2000

2018	2017	2016	2015	2014	2013	السنوات	
						متوسط -2000 2012	
435.7	407.2	371.3	370.0	402.0	388.6	217.5	الناتج المحلي الإجمالي-مليار دولار-
40782.4	40697.8	41045.1	40247.7	38495	36978.8	49470.5	نصيب الفرد من الناتج الخليجي الإجمالي-دولار أمريكي-
3.7	2.8	1.8	4.1	2.3	1.1	4.5	نسبة التضخم %
/	/	225.2	222.4	194.2	171.1	69.5	الدين الخارجي مليار دولار
99.5	95.3	85.3	93.9	78.4	68.2	29.1	الاحتياطيات الدولية مليار دولار

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار واثمان الصادرات، العدد الفصلي الرابع لسنة 2016؛

- بيانات البنك الدولي.

- ندى الهاشمي، الإمارات العربية المتحدة والاقتصادات الرائدة في العالم، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة،

2018، ص03.

من خلال هذه المعطيات نلاحظ بأن الناتج المحلي الإجمالي سجل ارتفاعا ملحوظا في الإمارات إلى غاية سنة 2014 حيث بلغت قيمته 402 مليار دولار وبعدها سجل انخفاضا ليصل إلى 371.3 مليار دولار خلال سنة 2016 وهذه راجع لانخفاض أسعار النفط حيث شهدت أسعار النفط منذ جوان 2014 هبوطا مطردا حيث كان سعر خام برنت في حدود 110 دولار للبرميل لكنه انخفض في الأيام الأولى من

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

جانفي 2015 إلى ما دون 50 دولار للبرميل، كما يعتبر اقتصاد الإمارات الأقل تأثراً بين دول المجلس بهذا الانخفاض، وفيما هيمن النفط على سوق الإمارات يمكن أن يعزى النمو المطرد إلى الاستهلاك الخاص والاستثمارات الحكومية في قطاعات مثل السياحة والتجزئة والمواد الغذائية والمشروبات كما أن الدولة تنفذ مشروعات كبرى في مجالات البنية التحتية والسياحة والتشييد والقطاع المالي، ثم سجل الناتج المحلي الإجمالي ارتفاعاً ملحوظاً كذلك خلال سنة 2017 ليصل إلى قيمة 435.7 مليار دولار في سنة 2018 وهذا مؤشر إيجابي تحقق بفضل الأنشطة الاقتصادية غير النفطية بشكل رئيسي وتمكنت الدولة من تحقيق ذلك في خضم انخفاض أسعار النفط.

أما عن نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي فقد حقق تذبذباً خلال هذه الفترة، ويتمتع المواطن الإماراتي بواحد من أعلى متوسطات الدخل في العالم حسب تقارير التنمية البشرية الدولية الأمر الذي يتيح تمتع المواطنين بمستوى المعيشة المرتفع وتوافر الإمكانيات والقدرات الشرائية لإحداث رواج في الأسواق مما يدعم فرص تحقيق مزيد من النمو ودعم القطاعات الاقتصادية الواعدة.

أما عن معدلات التضخم فقد حققت كذلك ثباتاً نسبياً خلال هذه الفترة ماعداً سنة 2015 وصل معدل التضخم خلالها 4.1% حيث قامت وزارة الاقتصاد وحرصاً منها لحماية المستهلك على إصدار العديد من القرارات والقوانين مثل القانون الاتحادي الخاص بحماية المستهلك الذي تم إصداره في عام 2006 ونشطت عملية المراقبة الدائمة على الأسواق ونجحت في الحفاظ على استقرار الأسعار والسيطرة على معدلات التضخم، وسجل هذا المعدل كذلك ارتفاعاً خلال سنة 2018 ليصل إلى 3.7% وذلك ناتج عن فرض الحكومة ضريبة القيمة المضافة على معظم أنواع السلع والخدمات بنسبة 5% وذلك وفق المرسوم الاتحادي قانون رقم 8 لسنة 2017 وقرار مجلس الوزراء رقم 52 لسنة 2017 حيث بدأ تنفيذ هذا القرار ابتداءً من جانفي 2018 وقد تم تجسيد هذه الضريبة كإصلاح اقتصادي لتعزيز الاقتصاد ولتحقيق نمو في الناتج المحلي الإجمالي.

أما عن الدين الخارجي فقد شهد ارتفاعاً مستمراً خلال هذه الفترة ليصل إلى 225.2 مليار دولار في سنة 2016، كما شهدت الاحتياطات الدولية ارتفاعاً ملحوظاً خلال نفس الفترة.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

2. تحليل الوضعية الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة من خلال البنية القطاعية للاقتصاد: على الرغم من استمرار اعتماد الإمارات العربية المتحدة على الموارد النفطية، إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن اقتصاد الإمارات قد حقق إنجازات كبيرة في الانتقال التدريجي من الاقتصاد القائم على النفط إلى اقتصاد متنوع تسهم فيه قطاعات الإنتاج والخدمات غير النفطية بأكثر من ثلثي الناتج المحلي الإجمالي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-2): مساهمة القطاعات غير النفطية في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 2015/2001

الوحدة مليار درهم

القطاع	2001	2005	2010	2015	متوسط معدل النمو السنوي %
الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية	379.4	663.3	1051.0	1359.9	9.5%
ناتج الصناعات التحويلية	50.5	70.4	94.5	134.1	7.2%
%	13.3	10.6	9.0	9.9	-
ناتج الكهرباء والغاز والماء	6.6	12.6	25.7	44.8	15.0%
%	1.7	1.9	2.4	3.3	-
ناتج تجارة الجملة والتجزئة وخدمات الإصلاح	67.6	90.1	131.9	174.3	7.0%
%	17.8	13.6	12.5	12.8	-
ناتج المطاعم والفنادق	9.6	13.4	21.6	35.6	9.8%
%	2.5	2.0	2.1	2.6	-
ناتج النقل والتخزين والاتصالات	29.2	52.2	89.5	131.7	11.4%
%	7.7	7.9	8.5	9.7	-
ناتج المشروعات المالية	20.0	42.2	74.0	132.8	14.5%
%	5.3	6.4	7.0	9.8	-

المصدر: أحمد ماجد، ندى الهاشمي، دراسة اقتصاد الإمارات مؤشرات إيجابية وريادة عالمية، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، 2016، ص 13.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

وفقا لمعطيات الجدول أعلاه، نلاحظ أن قطاع الصناعة التحويلية شهد متوسط معدل نمو بلغ 7.2% خلال الفترة 2015/2001 وتطورت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية لتصل إلى ما يقارب 10.0% عام 2015 وهذا راجع لأن دولة الإمارات المتحدة اهتمت بتنمية قطاع الصناعة باعتباره عصب الجهاز الإنتاجي، فلقد دخلت السوق المحلية صناعات ذات قيمة مضافة وذات جودة عالية أصبحت تنافس المنتجات الأجنبية في الأسواق المحلية والعالمية ومن بين هذه الصناعات: الألمنيوم والكيماويات، الحديد والصلب وصناعة الطيران.

أما عن قطاع الكهرباء والغاز فقد بلغ متوسط معدل نموه خلال الفترة 2015/2001 نحو 15% وتطورت نسبة مساهمته في الناتج الإجمالي بالأسعار الجارية إلى نحو 3.3% عام 2015، أما عن متوسط معدل نمو قطاع التجارة فقد بلغ خلال الفترة 2015/2001 نحو 7.0% وتطورت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي لتصل إلى نحو 12.8% في سنة 2015.

كما تطور ناتج قطاع المطاعم والفنادق من 9.6 مليار درهم عام 2001 إلى 35.6 مليار درهم في سنة 2015 بمتوسط معدل نمو سنوي بلغ 9.8%، وتطورت نسبة مساهمة ناتج قطاع المطاعم والفنادق في الناتج الإجمالي غير النفطي للدولة إلى 2.6% عام 2015 بعدما كانت 2.0% عام 2005، وقد كان وراء تلك الانجازات توافر مواقع ومعالم ومزارات الجذب السياحي وإقامة المشروعات الداعمة للبنية التحتية فضلا عن تنظيم المعارض والفعاليات والتظاهرات الثقافية والتراثية والرياضية والبيئية والسياحية وغيرها والتي تجذب السائحين والزائرين وكذا تحفز تشييد الفنادق والمطاعم والشقق السياحية والمنتجعات الراقية.

أما عن قطاع النقل والتخزين والاتصالات فهي من القطاعات الرائدة في تفعيل سياسة التنويع الاقتصادي، فقد بلغ متوسط معدل النمو السنوي للقطاع خلال الفترة 2015/2001 نحو 11.4% وتطورت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي من 7.7% عام 2001 إلى 9.7% عام 2015، وتأتي الإمارات في مقدمة الدول العربية بمجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وحصلت على تصنيفات متقدمة بالتقارير العالمية.

أما عن متوسط معدل النمو السنوي للقطاع المالي فقد بلغ خلال الفترة المذكورة نحو 14.5% وتطورت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي من 5.3% عام 2001 إلى 9.8% عام 2015، وهذا راجع إلى وجود جهاز مصرفي قوي وبورصات وأسواق مالية كبيرة التداول بدبي وأبو ظبي والتي تمكنت من جذب العديد من الاستثمارات الوطنية والإقليمية والأجنبية.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

المطلب الثالث: الإطار القانوني والتنظيمي للاستثمار السياحي بالإمارات العربية المتحدة

عملت الإمارات العربية المتحدة على توفير بيئة استثمارية مناسبة وذلك لاستقطاب المزيد من المستثمرين في القطاع السياحي، حيث بادرت إلى توفير إطار قانوني وتنظيمي ملائم يسمح بمساعدة المستثمرين ومتابعتهم وتقديم التسهيلات لهم، ويمكن تلخيص الأدوار التي تقوم بها مختلف الهيئات القائمة على النشاط السياحي على المستوى الاتحادي وعلى مستوى كل إمارة فيما يأتي:

أولاً- على المستوى الاتحادي:

أ. القانون الاتحادي رقم 06 والصادر بتاريخ 14 ديسمبر 2008: لقد كان تنظيم قطاع السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة قبل سنة 2008 يتم على مستوى كل إمارة، لكن ومع صدور القانون الاتحادي رقم 06 والصادر بتاريخ 14 ديسمبر 2008 والذي تم بموجبه إنشاء المجلس الوطني للسياحة والآثار، حيث خولت له الدولة تنظيم إدارات السياحة في جميع إمارات الدولة، بشكل يضمن التنسيق التام والفعال مع باقي الهيئات والدوائر المحلية المعنية بتخطيط وتنمية المشروعات السياحية، وذلك بهدف ضمان الاتفاق والتنفيذ الناجح لإستراتيجية متماسكة ومتناسقة ولتشجيع السياحة وتأمين الآثار في جميع أنحاء الإمارات العربية المتحدة، وتتمثل أهم اختصاصات المجلس فيما يلي:¹

- تنشيط وترويج وتنمية السياحة داخليا وخارجيا؛
- الحفاظ على الآثار والتنقيب عنها واتخاذ التدابير اللازمة لتعيينها وحمايتها، والمحافظة عليها وتسجيلها وإحيائها وعرضها بالداخل والخارج؛
- تمثيل الدولة خارجيا في كل ما يتعلق بالسياحة والآثار؛
- اقتراح الانضمام للمعاهدات الدولية المتعلقة بشؤون السياحة والآثار وما يلزم للوفاء بالالتزامات نحو الدول الأخرى بالتنسيق مع وزارة الخارجية؛
- التعاون مع المنظمات الدولية الحكومية وغير الحكومية والجهات العامة والخاصة التي لها أهداف مماثلة للمجلس من أجل تطبيق خطته وتنفيذ مشاريعه.

ب. مرسوم بقانون إتحادي رقم 4 لسنة 2007 المتعلق بإنشاء جهاز الاستثمار: حيث ينص هذا القانون على إنشاء جهاز يسمى "جهاز الإمارات للاستثمار" والذي تكون له الشخصية المعنوية المستقلة والأهلية القانونية اللازمة لممارسة إختصاصاته المنصوص عليها في هذا المرسوم بقانون.²

¹ المادة رقم 5 من القانون الاتحادي رقم 06 الذي يتعلق بإنشاء مجلس وطني للسياحة والآثار، الصادر بتاريخ 2008/12/14، الصادر بالجريدة الرسمية رقم 488، ص 11.

² المادة رقم 02 من المرسوم بقانون إتحادي رقم 04 لسنة 2007، المتعلق بإنشاء جهاز الإمارات للاستثمار.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ومن الاختصاصات المخولة لهذا الجهاز ما يلي:¹

- تمثيل الحكومة الاتحادية في المشاريع الاستثمارية وصناديق الاستثمار التي تؤسس بين الدولة والأشخاص الاعتبارية الأجنبية العامة أو الخاصة بناء على قرار من مجلس الوزراء؛
- تقديم الدعم الفني والإداري لأجهزة الحكومة الاتحادية المختصة بالتفاوض مع حكومات الدول الأجنبية لغرض إبرام الاتفاقيات الدولية لتجنب الازدواج الضريبي أو التجارة الحرة أو تشجيع الاستثمار وضمانها وغيرها من الاتفاقيات المتعلقة بأنشطة الاستثمار بين الدولة والدول الأخرى؛
- المساهمة مع الجهات المختصة في الدولة في وضع إستراتيجيات وبرامج التنمية الاقتصادية؛
- المساهمة في جميع أنواع المشاريع الإنتاجية والتجارية والمالية وغيرها من المشاريع ذات العائد الاقتصادي.

ثانياً- على مستوى كل إمارة:

بالرغم من الصلاحيات المخولة للمجلس الوطني للسياحة والآثار، إلا أن وضع السياسات والخطط وإصدار التراخيص السياحية في دولة الإمارات العربية المتحدة يتم على مستوى كل إمارة لذلك سنخصص بالذكر أهم الهيئات في إمارة أبو ظبي وإمارة دبي نظراً لتشابه اختصاصاتها مع المجالس والدوائر في الإمارات الأخرى، وتمثل في:

- أ. **مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري:** وقد تم تأسيس هذه الهيئة بموجب القانون رقم 15 لسنة 2013، والمتعلق بإنشاء مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري، بحيث تقوم هذه الهيئة بتسويق الإمارة سياحياً وتجارياً بالتنسيق مع الجهات المعنية بنفس المجال، حيث تتمثل مهامها في:²
 - تسويق الإمارة في مختلف دول العالم كوجهة مثالية للسياحة والترفيه ومزاولة الأعمال وإقامة الفعاليات؛
 - بناء شراكة فاعلة مع الجهات المعنية بشؤون السياحة والتجارة في الإمارة؛
 - بناء علاقات تجارية مع الشركات الدولية والإقليمية والمحلية بغرض زيادة معدلات السفر للإمارة للأغراض السياحية والتجارية؛
 - التعريف بمكانة الإمارة كمركز تجاري عالمي تتوفر فيه المقومات الأساسية لممارسة الأعمال وإقامة الفعاليات وجذب السياح ورجال الأعمال إلى الإمارة وتحقيق رغبتهم وتوفير احتياجاتهم؛
 - التعريف بهوية دبي التي يتم إعدادها واعتمادها بالتنسيق مع الجهات المختصة في الإمارة؛

¹ المادة رقم 04 من المرسوم السابق.

² المادة رقم 06 من القانون رقم 15 لسنة 2013 الذي يتعلق بإنشاء مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 375، الصادرة بتاريخ 30 جانفي 2014.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- زيادة كفاءة الإنفاق التسويقي للإمارة عن طريق منهجية متكاملة لتعزيز كفاءة جميع العاملين في قطاع السياحة وتشجيع الإقامة لفترات أطول وزيادة الإنفاق السياحي وزيادة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للإمارة؛
 - تحقيق التكامل بين القطاعين العام والخاص وزيادة الشراكة بينهما لتسويق الإمارة سياحياً وتجارياً؛
 - تسويق الإمارة لجذب شركات الأعمال الإقليمية والدولية لتتخذ من الإمارة مركزاً إقليمياً لها؛
 - تأسيس الشركات والاستثمار في المشروعات ذات الصلة بأنشطتها؛
 - إنشاء مكاتب تمثيل لها وللجهات المعنية في دول العالم المختلفة لضمان فتح قنوات الاتصال بينها وبين الأسواق الإقليمية والدولية؛
 - إنشاء مركز للمعلومات السياحية ليكون بمثابة نقطة الاتصال الأولى لزوار الإمارة، وتعريفهم بالخدمات المقدمة لهم والفعاليات والعروض والأنشطة السياحية والتجارية فيها.
- ب. هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة:** وتهدف هذه الهيئة إلى الحفاظ على التراث الثقافي للإمارة وحمايته وإدارته والترويج له، وتحقيق التنمية السياحية، وهذه الهيئة العديد من الوظائف والتي نذكر البعض منها فيما يلي:¹
- تشجيع وتطوير السياحة في الإمارة؛
 - دراسة واقتراح ومراجعة جميع المشاريع والمرافق السياحية والخدمات السياحية الحكومية القائمة حالياً أو المدرجة في خطة الحكومة للتنفيذ وإبداء رأيها في ضوء خطة التنمية السياحية؛
 - إصدار التراخيص لأنشطة المعارض في الإمارة والرقابة عليها؛
 - إصدار التراخيص للمنشآت السياحية وتسجيلها في السجل التجاري الخاص بهذه المنشآت والمحتفظ به لدى الهيئة؛
 - مراقبة النشاط السياحي في الإمارة؛
 - دراسة المنشآت والمواقع السياحية والأثرية والتاريخية والطبيعية المملوكة للحكومة والتنسيق مع الجهات المعنية في الإمارة بهدف تأهيلها وتطويرها لتحقيق أهداف خطة التنمية السياحية؛
 - تنظيم خدمات المرشدين السياحيين وغيرهم من العاملين في قطاع السياحة والإشراف على تأهيلهم وتدريبهم وإصدار تراخيص مزاولة المهنة لهم؛
 - تسويق وترويج الإمارة كوجهة سياحية والترويج لفرص الاستثمار السياحي فيها محلياً وإقليمياً ودولياً؛

¹ المادة رقم 04 من القانون رقم 02 لسنة 2011، الذي يتعلق بإنشاء هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- إقامة الندوات والمؤتمرات والمعارض والمهرجانات التي تهدف إلى تسويق الإمارة كمركز للمعارض الدولية المتخصصة وترويج وتنشيط السياحة أو الاستثمار في النشاطات السياحية سواء في الإمارة أو خارجها؛
- القيام بالتنسيق مع مختلف الجهات الحكومية المحلية والاتحادية لتسهيل الإجراءات من أجل جذب السياح والمستثمرين بالمشاريع السياحية؛
- إجراء الدراسات اللازمة لتحديد مناطق الاستثمار السياحي وعرض هذه الدراسات على المجلس التنفيذي للنظر في اعتمادها وتحديد الأحكام المتعلقة بالاستثمار فيها، ويتم إعلان مناطق الاستثمار السياحي بقرار من المجلس التنفيذي؛
- ترخيص مؤسسات المجتمع المدني في مجالات السياحة والثقافة لممارسة أنشطتها في الإمارة وفقا للوائح والقرارات التي تصدرها الهيئة لهذه الغاية.
- ت. **دائرة الثقافة والسياحة في أبو ظبي:** حيث حلت هذه الدائرة محل هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة وذلك بموجب القانون رقم 08 لسنة 2018، وتهدف هذه الدائرة إلى الحفاظ على التراث الثقافي للإمارة وحمايته وإدارته، والترويج لإرث الإمارة الثقافي ومعالمها السياحية والطبيعية المتنوعة وتحقيق التنمية السياحية، وتتمحور إختصاصات هذه الدائرة في:¹
- اقتراح الخطط الإستراتيجية والتنفيذية لقطاع الثقافة والسياحة في الإمارة واعتمادها من المجلس التنفيذي والإشراف على تنفيذها؛
- متابعة إلتزام الجهات التابعة بتنفيذ الخطط الإستراتيجية والتنفيذية لقطاع الثقافة والسياحة؛
- الرقابة والإشراف على كافة الجهات التابعة كالصرف من ميزانياتها والعوائد التي تحققها والتزامها بواجباتها وإختصاصاتها وإقرار خططها الإستراتيجية والتنفيذية؛
- تنظيم قطاع السياحة والثقافة من كافة النواحي من خلال وضع السياسات والمعايير والأنظمة والقرارات والتعاميم التنفيذية والتشغيلية لهذه القطاعات؛
- الرقابة على قطاع الثقافة والسياحة والإشراف عليه وفقا للتشريعات والاتفاقيات والمعاهدات المعنية المعمول بها محليا ودوليا في هذه القطاعات وبالتنسيق مع الجهات ذات الصلة في الدولة وخارجها؛
- ترخيص كافة الجهات والشركات والأشخاص ومؤسسات المجتمع المدني العاملة في قطاع الثقافة والسياحة ومراقبة مدى إلتزامها بتوفير المستوى الأمثل في جودة الخدمات التي تقدمها وفقا للتشريعات السارية وبالتنسيق مع الجهات ذات الصلة.

¹ المادة رقم 04 من القانون رقم 08 الصادر بتاريخ 20 فيفري 2018، الذي يتعلق بإنشاء دائرة الثقافة والسياحة.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ث. القرار رقم 12 لسنة 2017 المتعلق بالأنشطة السياحية في إمارة أبو ظبي: ويهدف هذا القرار إلى وضع القواعد التنظيمية اللازمة لممارسة الأنشطة السياحية في الإمارة والتي تتمثل في نشاط إدارة الوجهة السياحية والتي تشمل تقديم خدمات في مجال تصميم وتنفيذ مختلف الفعاليات والأنشطة والرحلات البرية والبحرية والحوافز والمؤتمرات بقصد استقطاب السياح لوجهة سياحية معينة، كما ينظم هذا القانون نشاط تنظيم الرحلات السياحية الداخلية ونشاط المغامرات الصحراوية ونشاط بيع التذاكر بالإضافة إلى الترخيص للخدمات الجانبية والتي تشمل خدمات المرشد السياحي والنقل السياحي والتنظيم لزيارة معالم الدولة والأماكن الأثرية والصحراوية فيها، وينظم هذا القانون أيضا نشاط وكالات السفر والعطلات.¹

حيث ووفقا لهذا القانون لا يجوز لأية منشأة سياحية ممارسة أي نشاط سياحي أو تقديم أية خدمات سياحية فرعية أو مرتبطة أو مصاحبة للأنشطة السياحية قبل الحصول على الترخيص اللازم من الهيئة، كما يحدد هذا القرار الشروط اللازمة لإقامة أي نشاط من الأنشطة المذكورة سابقا كما تخضع لإشراف ورقابة الهيئة وذلك للتأكد من التزام المنشأة بكافة التشريعات.

كما تجدر الإشارة أن دولة الإمارات إهتمت بإنشاء المناطق الحرة لجذب المستثمرين وخاصة الأجانب منهم وتتمثل أهم المناطق الحرة في الإمارات في: المنطقة الحرة في جبل علي، المنطقة الحرة بعجمان منطقة السعديات الحرة في إمارة أبوظبي، المنطقة الحرة بالفجيرة، ومن بين الامتيازات التي توفرها هذه المناطق الحرة ما يلي:

- إمتلاك المستثمرين الأجانب للشركات بنسبة 100% وبدون الحاجة إلى شريك محلي؛
- الإعفاء الكامل من ضرائب الاستيراد والتصدير؛
- حرية تحويل رأس المال والأرباح بالكامل؛
- إعفاء الشركات من الضرائب لمدة 15 سنة قابلة للتجديد لمدة مماثلة؛
- عدم وجود ضرائب على الدخل الشخصي والمساعدة في توفير العمالة وخدمات الدعم الإضافية مثل السكن.²

¹ المادة رقم 02 من القرار رقم 12 لسنة 2017 المتعلق بالأنشطة السياحية في إمارة أبو ظبي.

² مزريق عاشور، دور المناطق الحرة كشكل من أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية الإقليمية، ورقة بحثية ضمن الملتقى الوطني الأول حول آفاق التنمية الإقليمية والمكانية في الجزائر، جامعة أدرار، 2013، ص 11.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية

سنركز في هذا المطلب على جانب البنية التحتية والذي أولته الإمارات المتحدة أهمية كبيرة ضمن سياساتها الاقتصادية وكذلك بعض الجوانب الاجتماعية والثقافية التي تميز الإمارات العربية المتحدة ومختلف السمات التي تخص الشعب الإماراتي.

أولاً- السمات الاجتماعية والثقافية لدولة الإمارات العربية المتحدة: يوجد العديد من السمات والخصائص التي تتميز بها دولة الإمارات العربية المتحدة والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

- تحتضن الإمارات أكثر من 180 جنسية تعيش على أرضها، وتتألف هذه الجنسيات فيما بينها وتتراص جميعاً في صف واحد وراء النهوض بالدولة لأعلى مستويات التطور والحداثة، حيث تلتحم أيديها لتصبح يداً واحدة في بناء نموذج للثراء الحضاري والاقتصادي،¹ حيث يشكل المهاجرون ما نسبته 88% من إجمالي عدد السكان في الإمارات حسب إحصائيات هيئة الأمم المتحدة لسنة 2017، وعن الأعراق السائدة في الدولة فهي من الإماراتيين بنسبة 11.6% والمصريين بنسبة 10.2% والفيليبين بنسبة 12.8% والهنود بنسبة 38.2% والباكستانيين بنسبة 4.9%، والأفراد القادمين من بنغلادش بنسبة 9.5% وآخرين قادمين من جنوب آسيا بنسبة 2.3%؛

- تعد اللغة العربية اللغة الوطنية الرسمية لدولة الإمارات العربية المتحدة، كما تتمتع اللغة الإنجليزية بانتشار واسع النطاق لذا تتوافر معظم اللوحات الإرشادية على الطرقات ولافتات المتاجر وقوائم المطاعم باللغتين داخل المدن، ويزداد تداول اللغة العربية المكتوبة والشفهية في الشوارع ولافتات المتاجر خارج المدن، ويعتد الإسلام الدين الرسمي لدولة الإمارات وتتمارس شعائره على نطاق واسع، كما تكفل دولة الإمارات أيضاً الحرية في ممارسة الأديان الأخرى، ويضمن الدستور الإماراتي الحريات الدينية بما ينسجم مع تقاليد المجتمع الإماراتي؛²

- إن مفهوم الهوية الوطنية يشهد نوعاً من الأزمة بين الشباب في الإمارات نتيجة للمتغيرات والتحديات التي يشهدها الواقع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والتي يمكن إجمالها في تعدد الثقافات الوافدة والانفتاح الإعلامي والتطور التكنولوجي المتسارع في الدولة؛³

¹ عدلي زهير، سعدي راضية، مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعاً لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الإمارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 32، 2015، ص 55

² مركز الإحصاء، استكشف أبو ظبي من خلال الإحصاء، أبو ظبي، 2015، ص 3.

³ برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير المعرفة العربي للعام 2014 الشباب وتوطين المعرفة، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، دار الغرير للطباعة والنشر، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 54.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- إن كرم الضيافة العربية ليست من القيم المتوارثة عبر الأجيال فحسب بل هي نمط حياة في الإمارات، فحفاوة الترحيب وكرم الضيافة اللذان تولدا عن إستضافة المسافرين في الصحراء منذ أجيال عديدة مضت، هما اليوم جزء لا يتجزأ من أسلوب التعامل الطبيعي من الضيافة التقليدية.¹ حيث أن حسن التعامل والضيافة الذي تفتقده الكثير من الوجهات اليوم تمثل عنصراً إيجابياً وهاماً يسهل ويجفز السياح والزائرين وكذلك المستثمرين على دخول الإمارات بكل أريحية تامة؛
- يتمتع الشعب الإماراتي بالعديد من التقاليد التي تشكل لديهم ثقافة تفيض بأروع القصص والتقاليد، حيث يستطيع الزوار عن كثب الاطلاع على هذه التقاليد من خلال جوانب متعددة كالصيد بالصقور وسباق الخيول والأحصنة العربية، والشعب الإماراتي مجتمع مترابط يتمسك بالقيم الأسرية والدينية والاجتماعية والأخلاقية التي تلعب دوراً محورياً في الحياة اليومية.²
- تعد صناعة الفخار والحياكة والتطريز من نماذج الحرف والصناعات التقليدية في دولة الإمارات منذ القدم، ويمثل السدو أسلوب الحياكة الإماراتي التقليدي وهو مصنف في قائمة منظمة الأمم المتحدة للتراث المادي العالمي المهدد بالاندثار، ولقد برزت دولة الإمارات العربية المتحدة كمركز عالمي يشجع الثقافة والفنون واليوم تضم الدولة العديد من الآداب ومهرجانات الفنون المسرحية، كما تعقد العديد من المعارض الفنية والثقافية ومن بينها: مهرجان أبو ظبي للفنون، معرض أبو ظبي الدولي للكتاب، مهرجان أبو ظبي... الخ، وتمثل الموسيقى الشعبية والرقص جزءاً من التراث الشعبي حيث أن "العيلة" أو "رقصة العصا" وهي رقصة الانتصار من الحرب تؤدي في كل المناسبات الاجتماعية والوطنية.³

ثانياً- مقومات البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة الإمارات العربية المتحدة:

تعتبر البنية التحتية في دولة الإمارات أحد أبرز مظاهر التطور الاقتصادي والاجتماعي وأهم روافد التنمية الحضارية التي يعول عليها في تحسين الظروف المعيشية وتوفير الخدمات الأساسية لسكان الدولة واستقطاب السياح والاستثمارات السياحية، وواحدة من القطاعات الحيوية المهمة التي تساهم في زيادة نمو الاقتصاد الوطني، ولقد احتلت مركز الصدارة ضمن اهتمامات الحكومة الإماراتية حيث خصصت لها نصيب معتبر من إيراداتها.

¹ زوروا أبو ظبي، على الموقع الإلكتروني <https://visitabudhabi.ae/ar/explore/culture.and> تم الاطلاع يوم 2018/09/26.

² نفس الموقع الإلكتروني السابق.

³ للمزيد من المعلومات يمكن الاطلاع على الموقع الإلكتروني لحكومة الإمارات: <http://www.government.ae/ar-AE/about-the-uae/culture/art>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

1. **قطاع النقل:** يعتبر قطاع النقل من القطاعات الإستراتيجية والركائز الأساسية لحركة التنمية المستدامة، وهو علامة على تقدم البنية التحتية التي تسهم كثيرا في تسهيل حركة التنقل للسكان المحليين والسياح وكذلك تسهل التبادل التجاري، ومن هنا كانت الدولة السبّاقة بإطلاق المبادرات وتنفيذ المشروعات الابتكارية بهذا القطاع والتي سنتطرق إليها فيما يلي:

- **النقل الجوي:** تطور قطاع الطيران المدني في دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل كبير على مدى العقود الماضية وهو لا يزال يشهد الكثير من التقدم والنمو بسرعة غير مسبوقة، ويعمل في هذا القطاع الحيوي حاليا أكثر من 225000 شخص على مستوى الدولة، كما تشير الأرقام إلى إمكانية توظيف ما يزيد عن 400000 شخص بحلول العام 2033.

ويوجد بدولة الإمارات سبعة مطارات دولية وهي مطار أبو ظبي الدولي وبلغت حركة المسافرين عبر هذا المطار 23 مليون مسافر في سنة 2015 ومطار العين الدولي، مطار دبي، مطار آل مكتوم، مطار الشارقة، مطار رأس الخيمة، مطار الفجيرة¹. وكل هذه المطارات جعلت الدولة منطقة الطيران الأبرز والأكثر نجاحا على المستوى العالمي في مجمل قطاع الطيران المدني بشكل عام، حيث يوجد في الدولة 4 ناقلات جوية رئيسة هي "الاتحاد للطيران" و"طيران الإمارات" اللتان تسيطران إقليميا على سوق السفر الطويل، بينما تستمر كل من "فلاي دبي" و"العربية للطيران" بزيادة حصتهما في سوق السفر القصير والمتوسط على صعيد المنطقة، وتتمتع كل هذه الشركات بكثير من فرص النمو والنجاح وإمكانية تطوير الأعمال الدولية مستقبلا.

- **النقل البري:** تتوفر دولة الإمارات على العديد من الطرق منها: الطريق E11 والذي يعتبر أطول طريق في الدولة ويمتد من منطقة السلع في أبوظبي إلى إمارة رأس الخيمة، طرق E 311 أو شارع محمد بن زايد ويربط هذا الطريق إمارة دبي بالإمارات الأخرى، شارع الشيخ خليفة ويربط بين كل من إمارتي دبي والفجيرة مقصرا المسافة بحوالي 20 إلى 30 كلم مقارنة بالطرق القديمة المستخدمة، شارع الشيخ خليفة بن زايد ويربط قرى وبلدان المنطقة الشرقية ببعضها، طريق دبي الفجيرة ويمر من خلال سلسلة جبال حتا ويتخلل مساره كل من إمارات دبي والشارقة ورأس الخيمة، شارع دبي بالعين وجسر الشيخ زايد ويبلغ طوله 842 متر وارتفاعه 64 متر، ويعتبر الطريق المروري الثالث الذي يصل بإمارة أبوظبي بجزيرتها.

أما بالنسبة للنقل بالقطارات فقد تأسست شركة «الاتحاد للقطارات» بموجب مرسوم اتحادي في عام 2009، حيث تم إنشاء وتشغيل وتطوير أول شبكة للسكك الحديدية-قطار الاتحاد- لنقل الركاب

¹ للمزيد من المعلومات يمكن الاطلاع على الموقع الإلكتروني لحكومة الإمارات: <http://www.government.ae/ar-AE/information-and-services>.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

والبضائع بالدولة بتكلفة إجمالية نحو 40 مليار درهم ويمتد على مسافة 1200 كلم بطاقة استيعابية تصل عند بدء التشغيل إلى 50 مليون طن من البضائع و16 مليون راكب سنويا، وتغطي شبكة الاتحاد للقطارات كافة إمارات الدولة، وخاصة المناطق الصناعية الإستراتيجية الكبرى فيها.¹

وقد وقعت شركة الاتحاد للقطارات في 25 أبريل 2014 اتفاقا مع شركة - دي بي شينكر- الألمانية لتأسيس شركة تشغيل وصيانة السكك الحديدية تحمل إسم - الاتحاد للقطارات دي بي- وتتولى تشغيل المرحلة الأولى من شبكة السكك الحديثة، إضافة إلى تقديم خدمات الصيانة والاستشارات المتعلقة بالكفاءة التشغيلية والسلامة وخدمات العملاء وتم تخصيص ميزانية تقدر بنحو 92 مليار درهم لتطوير شبكات القطارات الوطنية بالدولة ضمن خططها التنموية للأعوام 2020-2030.²

كما تم إنشاء مترو دبي الذي يعد أكبر نظام مترو في العالم يعمل بدون سائق وهو شبكة قطار متطورة يعمل آليا بطول 74.6 كلم، إضافة إلى أنه تم الشروع في إنجاز مترو أبوظبي بطول 131 كلم الذي يصل بين جزيرة أبوظبي وضواحيها وجزر السعديات، ودشنت هيئة الطرق والمواصلات خدمة التاجير الذكي التي تتيح للمتعاملين وتحديدًا مستخدمي وسائل النقل الجماعي إستئجار المركبات لفترة قصيرة عبر التطبيقات الذكية.³

وقد حرصت وزارة تطوير البنية التحتية خلال مسيرتها على الأخذ بمبادئ الريادة والتميز في مختلف مشاريعها وتشبيد المدن وفق المقاييس والمواصفات العالمية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، حيث اعتمدت الوزارة في إطار تطوير منظومة البنية التحتية في الدولة 76 مشروعًا للطرق والمباني الحكومية للوزارات الاتحادية ضمن برنامجها الاستثماري للخطة الخماسية المقبلة 2021 بتكلفة إجمالية بلغت 12 مليار و850 مليون درهم.⁴

- **النقل البحري:** تعد الموانئ البحرية في دولة الإمارات مراكز دولية وإقليمية وأداة مهمة لدفع عجلة النمو الاقتصادي ودعم سياسة تنويع مصادر دخل الدول، كما يشهد هذا القطاع نموًا مطردًا من حيث الموانئ وتشغيل السفن وفقًا للمعايير الدولية.

وتتملك الدولة العديد من الموانئ البحرية، ووفقًا لمجلس الشحن العالمي يوجد إثنان من أكبر 50 ميناء حاويات في العالم، وتحتل دبي أحد المراكز العشرة الأولى، فلدى الدولة موانئ بحرية تستحوذ على نحو 60%

¹ أحمد ماجد، ندى الهاشمي، مرجع سابق، ص 31.

² <http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports> Consulté le 24/10/2018.

³ أحمد ماجد، آليات تعزيز الابتكار بدولة الإمارات العربية المتحدة، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 22.

⁴ وزارة تطوير البنية التحتية، ذرة الزمان ملحمة وطنية احتفالًا باليوم الوطني 46 لدولة الإمارات، مجلة تشبيد، العدد 84، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص ص 20-21.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

من إجمالي الحاويات والبضائع المتجهة لدول مجلس التعاون الخليجي هي ميناء زايد بأبو ظبي، ميناء راشد، ميناء جبل علي في دبي، ميناء خور فكان بالشارقة، ميناء صقر برأس الخيمة وميناء الفجيرة، كما يوجد هناك 12 منفذ بحري تجاري بخلاف الموانئ النفطية، بالإضافة إلى 310 مراسي بحرية.¹

ويعد ميناء خليفة بمنطقة الطويلة بإمارة أبو ظبي الذي أفتتح في ديسمبر 2012 أحد أضخم الموانئ وأكثرها تطوراً في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من حيث التكنولوجيا المتاحة فيه والمساحة والقدرة التشغيلية، ويتميز كذلك بقدرته على إستيعاب الجيل الجديد من سفن الشحن العملاقة ويرتبط هذا الميناء بأكثر من 40 ميناء في العالم و17 خط شحن دولياً عبر القارات.²

2. قطاع الاتصالات: تعد الإمارات العربية المتحدة من بين أكثر دول المنطقة والعالم في تطوير بنيتها التحتية التكنولوجية المتطورة حيث تمتلك واحدة من أفضل شبكات الاتصالات على مستوى العالم، كما تتفرد بمكانة عالمية ريادية لاسيما على صعيد شبكة الجيل الرابع، حيث تم في عام 2011 الإعلان عن أبوظبي كأول عاصمة في العالم مغطاة بشبكة الألياف الضوئية، والجدول التالي يوضح مؤشرات قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالدولة والذي يبين مدى تطور بنيتها التحتية التكنولوجية ووفرة وسائل التكنولوجيا الحديثة.

الجدول رقم (2-3): قطاع الاتصالات بدولة الإمارات العربية المتحدة (2014-2015-2016)

السنة	خطوط انترنت النطاق العريض	اشتراكات الهاتف المتحرك	خطوط الهاتف الثابت
2014	1104996	16819024	2103036
2015	1243172	18276409	2268951
2016	1261059	19133341	2284134

المصدر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن عدد الاشتراكات في الخطوط الهاتفية المتحركة ارتفع من 16819024 اشتراك في عام 2014 إلى 19133341 اشتراك في عام 2016، فيما وصل عدد المشتركين بخدمة الانترنت حوالي 1261059 مشترك في عام 2016، ويعد قطاع الاتصالات من أهم القطاعات تقدماً في المنطقة والذي يحظى باعتراف مميز فيها، حيث تصدرت دولة الإمارات المرتبة الأولى عربياً في مؤشر الجاهزية الشبكية لعام 2016 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ويظهر ذلك الحالة القوية

¹ أحمد ماجد، مرجع سابق، ص 21.

² عدلي زهير، سعدي راضية، مرجع سابق، ص 54.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

لقطاع الاتصالات في الدولة ونجاح الحكومة في تحقيق إنجازات هامة في قطاع تقنيات المعلومات والاتصال لدفع عجلة النمو الاقتصادي والاجتماعي.

ومن بين المبادرات والبرامج الابتكارية التي تبنتها الدولة في سبيل تطوير هذا القطاع ما يلي:

- تأسيس المناطق الحرة مثل مدينة دبي للإنترنت عام 1999 ومدينة دبي للإعلام عام 2000، وسلطة واحة دبي للسيليكون عام 2005، والمناطق التي تتيح النشر عبر تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة، ومدينة دبي للاستوديوهات، ودبي للإنتاج ومدينة الشارقة للإعلام ومدينة عجمان الإعلامية الحرة، ومدينة الفجيرة للإبداع؛

- تفعيل المناهج الالكترونية والتعليم الالكتروني بالمدارس والجامعات؛

- تفعيل الخدمات الالكترونية والذكية بقطاع الصحة والمال وكافة القطاعات الاقتصادية؛

- تفعيل مشاريع مبتكرة في مجال التكنولوجيا ومنها تطبيق "الحكومة الالكترونية" وإطلاق مبادرة "الحكومة الذكية" لتوفير الخدمات الحكومية على شكل تطبيقات للهواتف الذكية، وكذلك مبادرة تحويل دبي إلى "مدينة ذكية"؛

- تنظيم فعاليات معرض "جيتكس" سنويا كمنصة عالمية للتبادل المعرفي بقطاع تقنية المعلومات وتعزيز مكانة الدولة بمجال التحول الرقمي والابتكار ويتخلله مجموعة من المؤتمرات والتدريب والابتكار والأدوات الذكية والخدمات الفريدة في صناعة التقنية.¹

وتعتبر الإمارات العربية المتحدة من بين الدول التي تهتم بالنشاط السياحي والعمل على تطويره باستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مواكبة للتحول الالكتروني ولكي تصنع للسياحة الإماراتية مكانة مميزة، وفي هذا الصدد عملت الدولة على توفير مجموعة من الخدمات الالكترونية للسياح وهو الأمر الذي أدى لزيادة عدد السياح والمستثمرين من جميع أنحاء العالم، ومن بين هذه الخدمات نذكر:

- تطبيق "دبي الآن" والذي يتيح إمكانية تسديد معظم الفواتير ورسوم المعاملات الحكومية وتخطيط الرحلات ومتابعتها في كل مكان في دبي، والاطلاع على تقييمات المدارس وتخطيط لقاحات الطفل، ومعرفة مواقع المساجد ومتابعة رحلات الطيران القادمة والمغادرة.

- تطبيقات الأعمال والمستهلكين حيث تهدف هذه التطبيقات إلى تحسين الشفافية التجارية واستحداث أنظمة ديناميكية تساعد المستهلكين وتساهم في تكوين المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتضمن هذه التطبيقات إمكانية إجراء معظم نواحي العمل عبر الانترنت وتطبيقات الهواتف الذكية.²

¹ أحمد ماجد، مرجع سابق، ص 17.

² حكومة دبي، من الموقع الالكتروني: <http://www.dubai.ac/ar/MobileServices/Pages/default.aspx>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- نظام التراخيص السياحية حيث يساهم هذا النظام عبر الانترنت في توفير الشفافية التامة وخفض الفترة الزمنية اللازمة لمعالجة طلبات الترخيص.
 - نظام ترخيص الفعاليات وهو منصة موحدة ومتكاملة وللحصول على موافقة جميع الجهات الحكومية المعنية على كافة أنواع الفعاليات التي يجري تنظيمها في أبوظبي، حيث يضمن هذا النظام توفير إحصاءات دقيقة علاوة على التنسيق والإدارة الفعالة لجميع أنشطة الفعاليات لتفادي تضارب المواعيد وأماكن الإقامة.
 - نظام إيرادات الفنادق والإحصاءات السياحية حيث يمكن هذا البرنامج جميع الفنادق في أبوظبي ومنشأتها السياحية من إدخال إيراداتهم وإحصاءاتهم المتعلقة بمعدلات الإشغال عبر الانترنت وهذا البرنامج مخصص للمنشآت الفندقية المرخصة فقط.¹
- 3. الخدمات التعليمية:** تقاس فاعلية الخدمات التعليمية من خلال مساهمتها في تلبية احتياجات التنمية من القوى البشرية المتخصصة، أي أن الأمر الأساسي من العملية التعليمية بالإضافة إلى النواحي الثقافية والحضارية هو نجاح ربط التعليم بمتطلبات التنمية، أي ربط التعليم باقتصاد المعرفة واحتياجات سوق العمل، ولهذا أولت الإمارات العربية المتحدة اهتماماً خاصاً بالتعليم وحرصت على تطبيق أفضل المعايير والنظم في كافة المراحل التعليمية حتى يلبي التعليم احتياجات سوق العمل في المستقبل، كما حرصت الدولة على الارتقاء بجودة التعليم لإتاحة الفرص أمام جميع قاطني الدولة لتلقى تعليم عالي الجودة.
- ولمعرفة وضعية التعليم في الإمارات العربية المتحدة يمكننا الاعتماد على تطور معدلات الأمية فيها بإعتبار أن ظاهرة الأمية تمثل من بين مؤشرات التخلف في البلد، والجدول التالي يوضح بعض مؤشرات التعليم في الإمارات العربية المتحدة:

الجدول رقم (2-4): معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في الإمارات العربية المتحدة

معدلات القيد الصافي في مراحل التعليم %				معدل الأمية %				الإمارات العربية المتحدة
المرحلة الثانوية		المرحلة الأولى		الفئة العمرية 15-24		الفئة العمرية 15 سنة فما فوق		
2015	2010	2015	2010	2016	2010	2016	2010	
82.6	82.6	93.4	90.9	0.6	2.6	6.2	10.2	

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، 2017، ص 296 و ص 292.

¹ دائرة الثقافة والسياحة لأبوظبي، من الموقع الإلكتروني: <https://tcaabudhabi.ae/ar/default.aspx>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن معدل الأمية بالنسبة للفئة العمرية 15 سنة فما فوق قد سجلت انخفاضا في سنة 2016 حيث بلغت 6.2% مقارنة بمعدل 10.2% في سنة 2010 وهذا راجع لإتباع الإمارات سياسة التوسع في نشر التعليم، أما عن معدل الأمية عند الشباب فهو كذلك سجل انخفاضا ملحوظا خلال سنة 2016 حيث بلغ 0.6% في حين كان معدل الأمية في سنة 2010 حوالي 2.6%، أما بالنسبة لمعدلات القيد فقد بلغ معدل القيد الصافي للمرحلة الأولى نسبة 90.9% خلال سنة 2010 وارتفع إلى معدل 93.4% في سنة 2015 وهو يدل على أن مستوى الالتحاق بالتعليم الابتدائي في الإمارات يشهد تطورا ملحوظا، كما أن معدل القيد الصافي للمرحلة الثانوية يعبر كذلك عن معدل إيجابي وهو معدل قريب نوعا ما من مثيله في الدول ذات التنمية البشرية المرتفعة (حوالي 95%).

كما شهد عدد المدارس والطلبة والمعلمين في الدولة تطورا ملحوظا منذ قيام الاتحاد في 1971 من 74 مدرسة تستوعب 12800 طالب وطالبة إلى الأرقام المبينة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (2-5): عدد المدارس والطلبة والمعلمين بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2017/2012

البيان	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
عدد المدارس	1174	1182	1215	1232	1226
عدد الطلبة	876166	969538	961607	983083	1058300
عدد المعلمين	65966	73590	74547	65422	64670

المصدر: أحمد ماجد، مرجع سبق ذكره، ص 10.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن عدد المدارس في الإمارات شهد نموا مستمرا حيث بلغ العدد الإجمالي للمدارس 1226 مدرسة خلال الموسم 2017/2016 في حين كان عددها 1174 مدرسة خلال الموسم 2013/2012 ، وبالمقابل فإن عدد الطلاب كذلك شهد نموا محسوسا حيث بلغ العدد الإجمالي للطلبة خلال الموسم 2013/2012 حوالي 876161 طالب وارتفع هذا العدد إلى 1058300 طالب خلال الموسم 2017/2016 أي بزيادة تقدر بـ 17.21%، أما بالنسبة لعدد المعلمين فقد شهد ثبات نسبي تقريبا خلال هذه الفترة، كما أقرت حكومة الإمارات إستراتيجية وطنية خاصة للتربية والتعليم تدعى "التربية 2020" ، عبارة عن سلسلة من الخطط الخمسينية تهدف إلى إدخال التقنيات الحديثة في التعليم وتنشيط وتعميق المعارف الابتكارية والإبداعية وتحفيز التعليم المستدام، كما ركزت هذه الإستراتيجية على برامج الرياضيات وإدخال تعليم العلوم في الصفوف الابتدائية كما أولت اهتماما خاصا إلى اللغات الأجنبية وخصوصا الإنجليزية.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ولقد اعتمدت دول مجلس التعاون الخليجي سياسة إنمائية تربية شاملة مستفيدة من الفائض التراكمي للعائدات النفطية ومن التجارة، وكانت الإمارات العربية واحدة من بين هذه الدول التي اهتمت بقطاع التعليم العالي وهذا لرفع مستوى التعليم العالي والبحث العالمي، فلم يكن يوجد حتى العام 1977 سوى جامعة الإمارات وأصبحت الدولة بنهاية عام 2016 تضم نحو 94 جامعة وكلية ومعهد عالي تستوعب 139405 طالب وطالبة منهم 48840 طالب وطالبة بالتخصصات العلمية والهندسية وتدرس نحو 780 برنامجا أكاديميا وبحثيا وأهمها:¹

- جامعة الإمارات العربية المتحدة، تأسست عام 1976 في مدينة العين في أبوظبي وهي جامعة حكومية للتعليم ومؤسسة للبحث العلمي؛
- المعهد الفني العالي تأسس في عام 1988؛
- جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا في إمارة عجمان؛
- جامعة الشيخ زايد وفروعها في دبي وفي أبوظبي تأسسا عام 1998.

كما اعتمدت الإمارات العربية المتحدة نمودجا جديدا في تأسيس التعليم العالي من أجل بناء مجتمع المعرفة، ويتمثل هذا النموذج في استقطاب فروع للجامعات الأجنبية الغربية وبالأخص من أستراليا وإنجلترا والولايات المتحدة في تجمعات بأسماء مبتكرة مثل قرية دبي للمعرفة، ومدينة الشارقة الجامعية وفي أبوظبي نجد أن جامعة ماساتشوستس للتكنولوجيا قد أنشأت مدينة جامعية هائلة الحجم، ويوجد في الإمارات نحو ربع عدد فروع الجامعات العالمية في العالم، وأن أول جامعة معتمدة قامت في الدولة هي جامعة ولغونغ Wollongong University الأسترالية في دبي عام 1993، كما استضافت أبو ظبي للمرة الأولى أول فرع لجامعة السوربون في عام 2006 وجامعة نيويورك في 2010.

وتجدر الإشارة أن أكثر من ثلاثين جامعة دولية إتخذت لها مقرا في مدينة دبي الأكاديمية الدولية في المنطقة الحرة، وفي هذه المنطقة تتمتع الجامعات الدولية بمزايا عديدة منها حق التملك بنسبة 100% وعدم وجود ضرائب على الأرباح وحق تحويل 100% من الأرباح، فبينما تستقطب فروع الجامعات الأجنبية السواد الأعظم من طلابها من المقيمين في الإمارات فإن بعضها مثل جامعة نيويورك في أبوظبي تجتذب الطلاب من جميع أنحاء العالم لتضمن الحصول على أكبر عدد ممكن من الطلاب المتميزين.²

¹ عبد الحسن الحسيني، التنمية البشرية وبناء مجتمع المعرفة قراءة في تجارب الدول العربية وإسرائيل والصين وماليزيا، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2008، ص 239.

² تقرير المعرفة العربي للعام 2014 الشباب وتوطين المعرفة، مرجع سابق، ص 45.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

4. الخدمات الصحية: يعتبر التطور الذي شهدته الخدمات الصحية من العلامات المميزة في مسيرة التنمية الاجتماعية في الإمارات حيث تضم الدولة عددا من المستشفيات والعيادات ومراكز الرعاية الأولية التي تقوم بتزويد الخدمات الصحية والعلاجية، بالإضافة إلى عدد وفير من فروع المستشفيات الدولية، والجدول التالي يوضح أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في دولة الإمارات.

الجدول رقم (2-6): أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في دولة الإمارات العربية المتحدة

الإمارات العربية المتحدة		الإمارات العربية المتحدة	
إجمالي الإنفاق على الصحة	2015	من الناتج المحلي الإجمالي	3.5
الإنتفاق العام على الصحة	الإنتفاق على الصحة	من إجمالي الإنتفاق العام	9.4
الإنتفاق على الصحة حسب نوع الإنتفاق %	2015	العام	72.3
النسبة المئوية للسكان الذين يحصلون على خدمات صحية %	2015	الحضر	98
		الريف	95
عدد الأطباء	لكل 100.00 نسمة 0	الإجمالي	98
		2010	147
عدد الممرضات	لكل 100.00 نسمة 0	2015	171
		2010	226
عدد السكان	مقابل كل سرير	2015	336
		2010	935
		2015	870

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، 2017، ص 298.

من خلال هذا الجدول ندرك مدى تحسن المؤشرات الصحية في دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك من حيث عدد الأطباء وعدد الممرضات لكل 100.000 نسمة حيث تمكنت الإمارات من توفير 171 طبيب لكل 100.000 نسمة خلال سنة 2015، كما تجاوزت نسبة عدد السكان الذين يحصلون على الخدمات الصحية إلى أكثر من 95% بالنسبة لسكان الريف والحضر على حد سواء، وبالنسبة لعدد السكان مقابل كل سرير فقد بلغ في سنة 2015 ما يقارب 870 ساكن مقابل سرير واحد حيث تراجع هذا المعدل بالنسبة لسنة 2010 أين كان 935 ساكن لكل سرير، أما فيما يخص حصة الإنفاق على الصحة نسبة إلى الإنفاق العام فقد بلغت 9.4% كما لا يزال القطاع العام يتولى المسؤولية الرئيسية في تمويل قطاع الصحة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ولتدعيم قطاع الصحة والارتقاء بجودة الخدمات الصحية قامت الدولة بإفساح المجال أمام القطاع الخاص حيث أن زيادة مشاركة القطاع الخاص في الخدمات الطبية من شأنه تعزيز جودة الخدمات، فبعض المجموعات الطبية الكبرى تشتمل على عدة مستويات، بدءاً من الصيدليات والعيادات وصولاً إلى المختبرات والمستشفيات الكبرى، كما تحظى بموارد قادرة على تعزيز الجودة وتحقيق الاستمرارية في مستوى تقديم الخدمات، ويضاف إلى ذلك أن العلامات التجارية العالمية المشرفة على منشآت طبية في الإمارات تجلب معها أفضل الممارسات من مواطن نشأتها إلى الدولة.¹

وتطور عدد المستشفيات بالدولة عام 2014 إلى 115 مستشفى تضم 11657 سرير يقوم على رعايتهم 16669 طبيب و33429 من أعضاء هيئة التمريض، كما تطورت مخصصات قطاع الصحة بالدولة من 3.83 مليار درهم أي 7.9% من الموازنة الاتحادية عام 2016 إلى 4.2 مليار درهم أي 8.6% من الموازنة الاتحادية عام 2017.

المبحث الثاني: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في المغرب

يحتل القطاع السياحي مكانة هامة في الاقتصاد المغربي باعتباره محرك رئيسي للاقتصاد، فقد أصبح المغرب من بين أهم الدول السياحية في المنطقة، حيث أنه يمتلك العديد من المقومات السياحية منها الموقع الجغرافي الممتاز وطبيعته الجبلية الخلابة، بالإضافة إلى أنه محط أنظار العديد من الشركات الاستثمارية، ومن خلال هذا المبحث سوف نتعرف على مختلف المحددات المحيطة ببيئة الاستثمار السياحي في المغرب.

المطلب الأول: المقومات الطبيعية والبيئية للمغرب

سوف نحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى مختلف المقومات الطبيعية والتاريخية التي تتمتع بها المملكة المغربية كما سوف نتعرض إلى مختلف الموارد المتاحة فيها.

1. **الموقع الجغرافي والمساحة:** تقع المملكة المغربية في الركن الشمالي الغربي لإفريقيا، يحدها شمالاً مضيق جبل طارق والبحر الأبيض المتوسط، ومن الغرب المحيط الأطلسي ومن الشرق الجزائر ومن الجنوب جمهورية موريتانيا، عاصمتها الرباط وأكبر مدنها الدار البيضاء التي تعتبر العاصمة الاقتصادية، ومن أهم مدنها فاس، مراكش، مكناس، طنجة، وجدة، العيون، أغادير، ويمثل نهر "درعا" أطول أنهار المملكة المغربية بطول يبلغ 1200 كلم، كما توجد بها سلسلة الأطلس الساحلية الداخلية، ويمثل جبل "طوبقال" أعلى قممها، وتغطي الغابات عشر المساحة الكلية للمغرب، ومناخ المغرب عموماً هو مناخ البحر الأبيض المتوسط معتدل في السواحل الشمالية والغربية، كما أن المناخ شبه القاري في المنطقة الوسطى

¹ الاستثمار في الجودة: الرعاية الصحية في الإمارات، من الموقع الإلكتروني: <https://www.eiuperspectives.economist.com> تم الاطلاع يوم 2018/09/27.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

والمناخ الصحراوي في الأقسام الجنوبية للمملكة.¹ ويتربع المغرب على مساحة تقدر بـ 175186 كلم² ويعتبر موقعه الجغرافي من بين المقومات الطبيعية الهامة، إضافة إلى شريطه الساحلي الذي يمتد على طول 3500 كلم.

2. **المقومات الطبيعية والتاريخية:** يمتلك المغرب طبيعة فريدة من نوعها، ويتميز بموقع إستراتيجي مطل على البحر الأبيض المتوسط، بالإضافة إلى تضاريسه المتنوعة بين الهضاب والجبال وتوجد به كذلك العديد من الأماكن التاريخية والحضارية، كل هذه المقومات ساعدت المغرب على تطوير قطاعه السياحي وعلى استقطاب السياح الإقليميين والدوليين، وينقسم المغرب إلى خمسة أقاليم رئيسية:²

- الأراضي الساحلية المنخفضة: وتقع على امتداد ساحل البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي وترتفع بالتدرج من الساحل الأطلسي مكونة هضبة تمتد باتجاه الجبال وتتعدد الأنهار في هذه المناطق.

- سلسلة جبال الأطلس: وتنقسم الجبال في المغرب إلى سلسلتين الأولى ساحلية بجوار ساحل البحر الأبيض المتوسط وتعرف بإسم جبال الريف والثانية إلى الداخل قليلا وتعرف بإسم جبال الأطلس وتنقسم الأخيرة إلى ثلاث سلاسل متميزة هي: الأطلس الكبير والأطلس المتوسط والأطلس الصغير أو الأطلس الصحراوي وتقطع هذه الجبال أودية عميقة خصبة، وتقع جبال الريف شمال المغرب تمتد بمحاذاة ساحل البحر الأبيض المتوسط على شكل قوس واسع من مضيق جبل طارق حتى نهر ملوية ويبلغ 2456 مترا في الوسط و1800 متر في الشرق ثم تضيق في الغرب قبل أن تنحدر طبقاتها نحو البحر ويعتقد أن هذه السلسلة جزء جبال سيرانيفادا في إسبانيا وأنها كانتا ملتصقتين قبل أن يتكون مضيق جبل طارق، أما جبال الأطلس الداخلية فإنها تحترق وسط المغرب من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي وتنقسم إلى:

- الأطلس الكبير: وهو عبارة عن سلاسل شامخة تمتد من أغادير على المحيط الأطلسي في إتجاه الشمال الشرقي وأعلى قممها جبل توبقال 4165م ويقع جنوب مدينة مراكش وهي أعلى قمة جبلية في الوطن العربي وتنقسم هذه السلسلة بدورها إلى كتلتين منفصلتين عن بعضهما بواسطة ممر تلوين والكتلة الغربية أكثر ارتفاعا من الشرقية.

- الأطلس المتوسط: يوجد في شمال الأطلس الكبير حيث يفصلهما وادي سهل ملوية وأشهر جبالها جبل بويبلان 3190 مترا فوق سطح البحر وجبل بوناصر 3326 مترا وتكثر بها البحيرات الجبلية

¹ ويكيبيديا الموسوعة الحرة، من الموقع الإلكتروني <http://ar.wikipedia.org> تم الاطلاع يوم 2018/07/16.

² نادي مفيدة، انعكاسات الجغرافية السياحية على التنمية الاقتصادية باستخدام معطيات بانل، رسالة ماجستير، جامعة الشلف، 2012/2011، ص ص 92-93.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

والشلالات وتمتد على شكل قوس من الشمال الشرقي إلى الجنوب الغربي وتقترب من سلسلة جبال الريف شرقا، بحيث يفصلهما ممر تارة، كما تتصل بجبال الأطلس الكبير من الجنوب وتعد هذه الجبال بمثابة خزان مياه بالنسبة للمغرب حيث تتبع منها كل الأنهار المهمة في البلاد.

- الأطلس الصغير أو الأطلس الصحراوي: وتمتد جنوب الأطلس الكبير وتشرف بسفوحها على سهل وادي درعة وبسفوحها الغربية على سهل وادي سوس وأعلى قممها جبل سيروا 3304 متر كما تتميز سفوحها الغربية بأنها مغطاة بالحشائش والغابات أما الجنوبية فهي شبه جرداء، كما تقع بين جبال الأطلس بأقسامه المختلفة سهول وهي مرتفعة ذات تربة خصبة مثل سهل الحوز وتادلة وسائيس والشاوية ودكالة وعبدة، كما تحف بالساحل الأطلسي بعض السهول الفيضية الخصبة، يفصل بين بعضها البعض منطقة سبخات ومستنقعات، كما تقع صحراء المغرب إلى الشرق والجنوب من جبال الأطلس وهو إقليم جاف يغطيه الحصى والرمال والفتات الصخرية والواحات المتناثرة، وتتمتع المغرب بشبكة نهرية مهمة حيث يعد المغرب من أغنى الدول العربية من حيث المياه وتتكون هذه الشبكة من الروافد المائية الجبلية التي تنحدر من المحيط الأطلسي عدا نهر ملوية الذي يصب في البحر الأبيض المتوسط ونهر درعة الذي يصب في الصحراء وتفيض انهار المغرب في فصل الشتاء وفي مطلع الربيع، ومن أشهر الأنهار في المغرب نهر سبو ونهر أم الربيع ثم نهر أبو رقرق ونهر درعة ونهر سوس ونهر ملوية، أما سيول الريف فتفيض في أشهر الخريف كما تفيض في الربيع بعد أن تذوب الثلوج في الجبال .

وعن المقومات التاريخية والأثرية التي يتوفر عليها المغرب فتعود نشأتها إلى فترات قديمة جدا، فقد توالت حضارات عديدة على المغرب تركت تلك الحضارات معالم كثيرة، ومن أهم الآثار التاريخية والأثرية التي ميزت فترة ما قبل التاريخ هي "مقالع طوما" والتي يرجع تاريخها إلى حوالي 400 ألف سنة قبل الميلاد.¹ وأيضا جبل "يغود" * والذي اكتشفت به حفريات تمثل بقايا لأول إنسان عاقل عثر عليه بمنطقة الشرق الأوسط، وثمة دار السلطان** التي يعود تاريخها إلى العصر الحجري تم العثور فيها على بقايا جمجمة إنسان سنة 1975، كما تشمل مغارة "تافوغالت" على حفريات بقايا الهياكل العظمية والأدوات الحجرية والعظمية وحلي وبقايا عظام الحيوانات والتي يعود تاريخها إلى الحضارة "الايبروموريزية"، وظهرت هذه الحضارة في المغرب منذ حوالي 21000 سنة، وتوجد أيضا نقوش صخرية يعتبر المغرب من بين الدول

¹ وزارة الثقافة المغربية ، مواقع ما قبل التاريخ من الموقع الإلكتروني <http://www.minculture.gov.ma> تم الاطلاع يوم 2018/07/16.

* جبل يغود، يقع بين مدينتي آسفي ومراكش يعود تاريخ هذا الموقع إلى الفترة ما بين 90000 إلى 190000 سنة قبل الميلاد، وترجع حفرياته إلى الفترة الموستيرية، المرجع نفسه.

** دار السلطان ، تقع هذه المغارة جنوب الرباط على الساحل الأطلسي، تعود إلى الفترة العاترية، تم العثور عليها في سنة 1975.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الغنية بالنقوش الصخرية وهي تنتشر في عدة مناطق بالمغرب : منطقة جبال الأطلس والمناطق الشبه الصحراوية والصحراوية.

كما يعتبر موقع أوكيمدن الذي يوجد على بعد 72 كلم من مدينة مراكش إلى جانب موقعي ياكورت وغات من أهم مواقع النقوش الصخرية بالمغرب ويعد هذا الموقع متحفا في الهواء الطلق يعرض مئات النقوش التي خلفها إنسان العصر البرونزي منذ حوالي 5000 سنة من خلال رسومات متنوعة، وإضافة إلى ما يتوفر عليه المغرب من مقومات تاريخية عن الحضارات، فهناك آثار أخرى تعود إلى فترات ما قبل التاريخ وما قبل الإسلام لا تقل أهمية عن سابقاتها، ويشهد على ذلك العديد من المواقع الأثرية والمعالم التاريخية الإسلامية، من بينها "موقع القصر الصغير" الذي يعود تاريخه إلى الفترة الممتدة بين القرنين الثاني عشر والرابع عشر الميلادي، حيث تشمل حفرياته بقايا أثرية تتمثل في مسجد ومركز تجاري وحمام تشهد عن عظمة الدولة المرينية، ويرتبط تاريخ موقع "بليونش" بتاريخ مدينة "سبتة" الإسلامية، وهناك "قصة المهديّة" التي تم بنائها على منحدر صخري ولا زالت أطلال أسوارها ظاهرة على الساحل الأطلسي، وثمة أيضا "ضريح المعتمد بن عباد" الذي يحتضن قبر الملك الشاعر "المعتمد بن عباد" وقبر زوجته "اعتماد الريميقية" وإبنيهما.¹

ويحظى المغرب بتنوع فريد في العادات والتقاليد والصناعة التقليدية والتي تعبر عن أصالة هذا البلد عبر التاريخ، وتختلف عادات وتقاليد المجتمع المغربي من مدينة إلى أخرى باختلاف المناطق والجهات الموجودة فيها وخصوصية سكانها، وأضفى ذلك تنوعا كبيرا في أنماط الزي واللباس.² أما عن الصناعات التقليدية فتتنوع في المغرب بين صناعة الأواني النحاسية والبرونزية والفضية، وصناعة النسيج التي تعتبر من أقدم الحرف التقليدية بالمغرب ومن منتجات النسيج الخمار واللحاف والزراي بالإضافة إلى الملابس النسائية وتزيين الأفرشة المنزلية، كما أن للمغرب شهرة واسعة في صناعة الجلد وهي حرفة ذات أصالة وعراقة لها امتداد عبر التاريخ وتستعمل في المصنوعات الجلدية جلود الخرفان والماعز والبقر والجمال، كما وأن الصناعات التقليدية لا تقتصر فقط على الحاجات الضرورية للسكان إنما تتعدى إلى صنع الآلات الموسيقية كآلة العود مثلا.³

كما يولي المغرب أهمية كبيرة لتنظيم المهرجانات والمواسم الثقافية وذلك لتنشيط السياحة الثقافية وجعل المغرب وجهة سياحية في المنطقة بالدرجة الأولى، حيث ينظم المغرب العديد من المهرجانات والمواسم الثقافية بمختلف المدن المغربية وعلى مدار السنة، فإضافة إلى مهرجان أصيلة يوجد مهرجان الرباط الذي يستمر

¹ صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2010/2011، ص 108.

² وزارة الثقافة المغربية، عادات وتقاليد، من الموقع الإلكتروني <http://www.minculture.gov.ma> تم الاطلاع يوم 2018/07/17.

³ نماذج من الصناعة التقليدية للمغرب، من الموقع الإلكتروني <http://www.makulture.com> تم الاطلاع يوم 2018/08/17.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

أربعين يوما خلال شهر جويلية ومهرجان الموسيقى الروحية بفاس ومهرجان الفنون الشعبية، بالإضافة إلى المهرجان الدولي للسينما بمراكش وغيرها من المهرجانات الأخرى.¹

المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي

تحاول العديد من الدول وخاصة تلك التي تتوفر على إمكانات طبيعية وتاريخية جلب رؤوس الأموال للاستثمار في المجالات السياحية والفندقية، فتعمل على إرساء عنصر الاستقرار والأمان كعامل أساسي وجوهري إضافة إلى سعيها إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي، فالمغرب يسعى جاهدا إلى جذب المزيد من الاستثمارات في القطاع السياحي بإعتباره قطاع حيوي في إقتصاد المغرب.

أولا- الجانب السياسي :

حسب الدستور المغربي فإن نظام الحكم بالمغرب نظام ملكية دستورية برلمانية ديمقراطية وإجتماعية، حيث يقوم النظام الدستوري للمملكة على أساس فصل السلطات الحكومية وتوازنها وتعاونها وعلى أساس الديمقراطية المواطنة والتشاركية، وعلى مبادئ الحكامة الجيدة، وربط المسؤولية بالمحاسبة.² ويرتكز النظام السياسي بالمغرب على كون السيادة للأمة تمارسها مباشرة بالاستفتاء وبطريقة غير مباشرة بواسطة المؤسسات الدستورية، ويؤكد الدستور المغربي أن السيادة للأمة وللملك الحق في ممارسة السلطة بإعتباره الممثل الأعلى للأمة، والملك المغربي يعين الوزير الأول والحكومة المغربية مسؤولة أمام الملك قبل أن تكون مسؤولة أمام البرلمان وللملك سلطة حل البرلمان وهذا من شأنه فتح المجال لممارسة السلطة التشريعية، كما يمكن للملك تعديل الدستور وتقديم مشروع الإستفتاء، وسلطة الملك حسب الدستور سلطة مطلقة لأن شخص الملك له منزلة مقدسة لا تنتهك حرمة.³

أما من ناحية اتسام النظام السياسي، نجد أن المغرب يعرف إستقرارا لإعتباره نظاما ملكيا، أما عن أهم التطورات السياسية التي شهدتها المغرب نجد حركة 20 فبراير وهي حركة إحتجاجية سياسية، تفاعلت مع موجة التحولات الإقليمية التي أحدثتها الحراك العربي مطلع سنة 2011 وجاءت للتنديد بثنائية الفساد والاستبداد، ورغم أن الحركة لم تفلح في التحول إلى حركة جماهيرية لها إمتداد شعبي فإن إحتجاجاتها شكلت المحك الحقيقي لمدى جدية الإصلاحات التي باشرتها المغرب في السنوات الاخيرة.⁴

¹ مهرجانات ومواسم، على الموقع الإلكتروني <https://www.sfari.com> تم الاطلاع يوم 2018/07/17.

² كل ما تود معرفته حول طبيعة النظام السياسي في المغرب، من الموقع <https://www.sasapost.com> تم الاطلاع يوم 2018/07/18.

³ إدريس قابلية، النظام السياسي المغربي، من الموقع الإلكتروني www.tlt.net/download/a29.doc تم الاطلاع تاريخ 2018/07/18.

⁴ الحبيب استاتي زين الدين، الممارسة الاحتجاجية بالمغرب، مجلة عمران، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، العدد 19، 2017،

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ثانيا- الجانب الاقتصادي:

للاطلاع على الوضع الاقتصادي للمغرب سوف نتطرق الى المعطيات التالية وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (2-7): الشكل تطور بعض المؤشرات الاقتصادية للمغرب خلال الفترة 2018/2000

2018	2017	2016	2015	2014	2013	متوسط	السنوات
						2012-2000	
115	107	104.9	100.6	109.9	106.8	70.8	الناتج المحلي الإجمالي- مليار دولار-
3361.2	3305.4	3212.8	3222.05	3125	3087.1	2496.2	نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي-دولار أمريكي-
1.9	0.7	1.6	1.5	0.4	1.9	1.7	نسبة التضخم %
9.03	9.05	9.30	9.47	10.2	9.2	/	معدل البطالة %
33.3	35.6	34.6	33.1	33.9	32.2	20.6	الدين الخارجي مليار دولار
24.4	26.1	26.3	23.0	20.5	19.0	17.3	الاحتياطيات الدولية - مليار دولار-

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- بيانات البنك الدولي: <http://databank.albankaldawli.org>

- إحصاءات الدين الخارجي العمومي، تقرير مديرية الخزينة والمالية الخارجية، وزارة الاقتصاد والمالية، المملكة المغربية، مارس 2018، ص 1.

- تنافسية الاقتصادات العربية، تقرير صندوق النقد العربي، العدد الثاني، 2017، ص 55.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن قيمة الناتج المحلي الإجمالي عرفت ارتفاعا مستمرا حيث بلغت قيمته 106.8 مليار دولار خلال سنة 2013 لترتفع إلى 115 مليار دولار أمريكي في سنة 2018، أما فيما يخص نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي فقد عرفت قيمة مستقرة نسبيا وتعتبر المغرب من بين الدول ذات الدخل المتوسط، أما عن معدلات التضخم فقد عرف المغرب معدلات منخفضة للتضخم تراوحت ما بين 0.4% و 1.9% وهي معدلات مقبولة، أما عن معدلات البطالة فقد عرفت ثباتا نسبيا نوعا ما حيث بلغت أعلى نسبة 10.2% في سنة 2014 ثم بدأت تنخفض تدريجيا إلى أن وصلت 9.03% في سنة 2018، أما عن الدين الخارجي فنلاحظ زيادة في قيم الدين الخارجي حيث بلغت قيمته

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

في سنة 2013 حوالي 32.2 مليار دولار لتصل إلى 35.6 مليار دولار في سنة 2017 لتنخفض من جديد إلى 33.3 مليار دولار في سنة 2018، كما أن الاحتياطات الدولية للمملكة المغربية عرفت تحسنا طفيفا حيث بلغت قيمتها في سنة 2013 حوالي 19 مليار دولار لترتفع إلى 26.3 مليار دولار في سنة 2016 و24.4 مليار دولار في سنة 2018..

المطلب الثالث: الإطار القانوني والتنظيمي للاستثمار السياحي بالمغرب

نظرا لكون الاستثمار السياحي عاملا أساسيا في ضمان نمو اقتصادي مستديم سعى المغرب إلى تسهيل الإجراءات وتبسيطها وتأمين حماية أفضل للمستثمرين بهدف تحسين شروط الاستثمار لتسهيل تدفق رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية في القطاع السياحي.

أولا- الإطار القانوني للاستثمار السياحي: قام المغرب بعدة إصلاحات في المنظومة التشريعية التي تحكم الاستثمار بغض النظر عن نوع القطاع الاقتصادي المستثمر فيه، حيث تخضع كل طلبات الاستثمار سواء أكانت وطنية أو أجنبية إلى أحكام ميثاق الاستثمار 95-18 الذي تم اعتماده في سنة 1995.¹ ويهدف هذا الميثاق إلى تنمية وإنعاش الاستثمارات وذلك بتحسين مناخ الاستثمار ومراجعة مجال التشريعات الجبائية مع اتخاذ تدابير تحفيزية للاستثمار.

1. الإيواء السياحي: يعد الإيواء السياحي أحد أهم الحلقات الرئيسية في تنمية وتطوير القطاع السياحي، ولهذا الغرض منحت وزارة السياحة اهتماما بالغا لهذا الغرض باعتباره أحد المحددات الرئيسية في إختيار الوجهة السياحية وأول ما يبحث عنه السائح والمستثمر بمجرد الوصول إلى البلد المضيف، وقد مكنت الجهود المبذولة من قبل الوزارة إلى زيادة عدد مؤسسات الإيواء السياحية والطاقة الإيوائية من 97000 ألف سرير إلى أكثر من 210000 ألف سرير في نهاية سنة 2014.

وأعدت الوزارة قانونا جديدا وهو القانون رقم 14-80 والمتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، ويندرج هذا القانون في إطار إستراتيجية قطاع السياحة "رؤية 2020"، ويسعى هذا القانون إلى تحقيق الأهداف التالية:²

- تحسين تنافسية وجودة الخدمات المقدمة على مستوى المؤسسات السياحية؛
- جعل العرض السياحي الوطني يتماشى والمعايير الدولية، من خلال إدماج أفضل الممارسات وتكليفه مع تطور متطلبات السياح فيما يخص الجودة وحفظ الصحة والسلامة والتنمية المستدامة؛

¹ قانون ميثاق الاستثمار إطار رقم 95-18، الصادر بتاريخ 1995/11/8، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 4335، الصادرة بتاريخ 1995/11/29، ص 3030.

² وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي للمملكة المغربية، رؤية 2020، من الموقع <http://www.tourisme.gov.ma> تم الاطلاع يوم 2018/07/18.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- الرفع من إشعاع العرض السياحي الوطني عن طريق تكييف نظام التصنيف الفندقي مع تطور وتنوع عرض الإيواء السياحي.
- ولبلوغ هذه الأهداف أتى المشروع بمجموعة من التغييرات والتي تدور حول محورين وهما: نطاق التصنيف وعملية الترخيص والتصنيف ويمكن التفصيل في محتوى كل عملية على النحو التالي:¹
- أما فيما يخص نطاق التصنيف، فتمت إعادة هيكلة نطاق التصنيف بطريقة ستمكن من تعزيز وتوضيح العرض السياحي الوطني على المستوى الدولي مع ضمان تمثيل شامل للأسطول الحالي والمفاهيم المحورية (كالرياض والقصبة) وكذا المنتجات التي ستعرف تطوراً في المستقبل (الإيواء عند الساكنة، الإيواء البديل) وفي إطار تبسيط نطاق التصنيف أصبح يشتمل هذا الأخير على:
- مؤسسات الإيواء السياحي: الفندق، والنادي الفندقي، والإقامة السياحية، ودار الضيافة، والرياض، والقصبة، والملجأ، والنزل والمخيم؛
- أشكال الإيواء السياحي الأخرى: المخيم المتنقل، والإيواء عند الساكنة والإيواء البديل.
- أما عن عملية الترخيص والتصنيف فمن أجل جعل الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسليم التصنيف أكثر مرونة ونجاعة، تم إدخال الابتكارات الرئيسية التالية:
- دمج التصنيف التقني المؤقت مع مسطرة تسليم رخصة البناء وهذا الإجراء سوف يقلص فترة البث والحصول على القرارين الإداريين مع ضمان احترام المعايير المشترطة فيما يخص التعمير والبناء والسلامة وكذا المعايير القياسية والوظيفية الخاصة بالفندقة والتي سوف يسنها ضابط للبناء خاص بمؤسسات الإيواء السياحي؛
- فصل المحاور المتعلقة بحفظ الصحة والسلامة عن التصنيف الفندقي وفرضها ك شروط مسبقة وهذا الفصل سيضمن تميز ومسؤولية كل متدخل في عملية المراقبة؛
- إخضاع افتتاح أي مؤسسة إيواء سياحي لرخصة استغلال تسلم بعد الحصول على التصنيف المؤقت واحترام المعايير المتعلقة بالمحافظة على الصحة والسلامة؛
- وضع منهجية جديدة على مستوى تصنيف الاستغلال تمكن من ضبط جودة الخدمات المقدمة.
- بالإضافة إلى المستجدات المدججة في نظام التصنيف، سيتم إلزام مؤسسات الإيواء السياحي وأشكال الإيواء السياحي الأخرى بالإفادة بالمعلومات الخاصة المتعلقة بالوافدين وبالمبنيات المسجلة عن طريق

¹ للمزيد من المعلومات انظر: مشروع قانون رقم 14-80 يتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء الأخرى، من الموقع <http://www.chambredesrepresentants.ma/sites/default/files/loi/80.14.pdf>.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

آلية جديدة تسمى التصريح الإلكتروني، وهذا الابتكار من شأنه تبسيط وتحديث نظام تحصيل المعطيات الإحصائية وكذا ضمان رصد أفضل لنمو القطاع.

2. **توزيع الأسفار:** عرف توزيع الأسفار أيضا تغيرات جذرية، حيث أن تطور عدد السياح وسلوكهم في استهلاك وشراء الأسفار يؤثر بصفة ملحوظة على القطاع ويضع الفاعلين في هذا القطاع أمام العديد من التحديات.

ويخضع نشاط وكيل الأسفار إلى القانون رقم 96-31 المتعلق بالنشاط الأساسي لوكالات الأسفار والذي يحدد شروط تسليم واستغلال رخص وكالات الأسفار، كما جاء هذا القانون في إطار إستراتيجية التنمية السياحية لرؤية 2020، ويرتكز هذا القانون على الأسس التالية:¹

- نظام شامل يضمن مشاركة جميع الفاعلين المختصين في توزيع الأسفار السياحية صغارا وكبارا؛
- نظام سلس يمكن من تواصل بسيط وفعال وطبيعي؛
- نظام مرن يسهل التكيف مع التوجهات الاستهلاكية الجديدة، والأسواق الجديدة والفاعلين الجدد؛
- نظام آمن يسهر على تحقيق تجربة ذات جودة عالية للسائح ومنحه الثقة الكاملة في المنتج الذي قام باختياره.

3. **النقل السياحي:** باعتبار النقل السياحي وسيلة لولوج أماكن القصد السياحي وكذلك آلية لتسهيل تنقلات السياح داخل الوطن، فقد تيقنت الحكومة المغربية بأن النقل السياحي قد أصبح أيضا مكونا أساسيا من مكونات العرض السياحي لذلك سعت إلى تنظيمه بسن مجموعة من القوانين والتي تتمثل في:²

- الظهير الشريف رقم 1.63.260. بشأن النقل بواسطة السيارات عبر الطرق؛
- القانون رقم 52.05 المتعلق بمدونة السير والنصوص المعتمدة لتطبيقه؛
- مرسوم رقم 2.63.363. بتنسيق أنواع النقل عبر السكك الحديدية والطرق ولاسيما الفقرة الرابعة من المادة الأولى؛
- مرسوم رقم 2.63.364 بقبول مقاولي المصالح العمومية للنقل بواسطة السيارات وبالترخيص للسيارات المخصصة بهذا النقل؛

¹ للمزيد من المعلومات انظر، مذكرة تقديم مشروع قانون رقم 16-11 والذي يتعلق بتنظيم مهنة وكيل الأسفار، وزارة السياحة للمملكة المغربية، متوفر على الموقع http://www.sgg.gov.ma/portals/0/AvantProjet/142/Avp_loi%20_11.16%20ar.pdf تم الاطلاع يوم 2018/07/18.

² وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي للمملكة المغربية، الإطار القانوني، متوفرة على الموقع <http://www.tourisme.gov.ma> تم الاطلاع يوم 2018/07/18.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- قرار لوزير الأشغال العمومية والمواصلات رقم 50.73 بتاريخ 20 ذي الحجة 1392 (25 يناير 1973) الذي يحدد مميزات وشروط تهيئة السيارات المخصصة بأنواع النقل السياحي الطارئ كما تم تنميته وتعديله.

4. المرشدون السياحيون: تُنظم مهنة المرشد السياحي وفقاً للقانون رقم 05.12 يتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي، ويحدد القانون المذكور الشروط الضرورية لولوج ومزاولة المهنة وجعلها أكثر احترافية وضمان معايير جودة الخدمات المقدمة.

ويبلغ عدد المرشدين الوطنيين 2759 مرشد سياحي معتمد بمختلف الجهات الوطنية، ويحدد القانون المذكور بين فئتين من المرشدين¹:

- مرشدو المدن والمدارات السياحية،
- مرشدو الفضاءات الطبيعية.

ثانياً- الحوافز والتسهيلات المقدمة للاستثمار السياحي في المغرب:

قصد تحسين مردودية الاستثمارات السياحية، قامت الوزارة الوصية بتسطير تحفيزات استثمارية في إطار رؤية 2020 والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

1. الإعفاء الضريبي: لقد قدمت الحكومة المغربية العديد من الإعفاءات الضريبية للمستثمرين في القطاع السياحي والتي تتمثل في:²

- الإعفاء الضريبي من حقوق الجمارك بالنسبة للتجهيزات الضرورية الخاصة بالمشروع؛
- الإعفاء الضريبي عند اقتناء التجهيزات والآلات الخاصة بالمشروع والمقتناة محلياً لمدة 24 شهراً ابتداء من بداية نشاط الشركة؛
- الإعفاء الضريبي من حقوق الجمارك لمدة 36 شهراً بالنسبة للأمولاك والمنتجات المستوردة؛
- الإعفاء الكامل للفنادق من ضريبة الدخل خلال 5 سنوات الأولى على رقم الأعمال المحققة بالعملة الصعبة تخفيض هذه الضريبة بنسبة 17.5% بعد هذه الفترة؛
- الإعفاء الكامل للفنادق من الضريبة على الدخل 5 سنوات الأولى على رقم الأعمال المحققة بالعملة الصعبة وتخفيض بنسبة 50% بعد هذه الفترة.

¹ المادة الرابعة من القانون رقم 05-12 المتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي، الصادر في تاريخ 2012/09/04، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 6085، الصادرة بتاريخ 2012/09/24، ص 5192.

² الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات، من الموقع الإلكتروني <http://www.invest.gov.ma>.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

إضافة إلى الامتيازات المذكورة أعلاه فإن الدولة تمنح في إطار الاتفاقيات الموقعة مع المستثمرين امتيازات تحفيزية إضافية بالنسبة للمشاريع التي يعادل حجم استثمارها أو يفوق 100 مليون درهم والتي تخلق أكثر من 250 منصب شغل مباشر و ثابت، هذه الامتيازات الممنوحة في إطار النظام التعاقدى يمولها صندوق التنمية الصناعية والاستثمار (FDII) وتشمل¹:

- مساهمة الدولة في المصاريف المتعلقة بتملك الأرض اللازمة لتنفيذ برنامج الاستثمار في حدود 20% من كلفة الأرض ؛
- مساهمة الدولة في كلفة البنيات التحتية الخارجية الضرورية لتنفيذ برنامج الاستثمار في حدود 5% من المبلغ الإجمالي لبرنامج الاستثمار ؛
- مساهمة الدولة في نفقات التكوين المهني المنصوص عليه في برنامج الاستثمار في حدود 20% من كلفة هذا التكوين ؛
- الإعفاء التام من الرسوم الجمركية فيما يخص بضائع التجهيزات المستوردة؛

2. صناديق وبرامج تمويل المشاريع السياحية: يحتاج قطاع السياحة إلى نسيج مؤسسي يتميز بالحدثة وقدرته على المنافسة وباستطاعته رفع التحديات وكذلك تقديم عرض سياحي مميز يتماشى مع تطلعات رؤية 2020، وإضافة إلى الإطار القانوني الذي تعرض لإصلاحات مهمة، هناك مجموعة من البرامج وصناديق التمويل التي تدعم المستثمر في القطاع السياحي والتي سنتطرق إليها فيما يلي:

- **رينوفتيل3:** حيث تم تخصيص رينوفتيل كصندوق للتمويل المشترك مع البنوك لرفع مستوى الوحدات الفندقية فهو موجه لتمويل المشاريع الاستثمارية المادية وغير المادية، فيهدف هذا الصندوق أساسا إلى تمويل المشاريع المتصلة بالتجديد والترميم وأيضا المتصلة بتحسين جودة الخدمات باستثناء الزيادة في الطاقة الإيوائية أي التي تهدف إلى الرفع من عدد الأسرة، وقد خصص في هذا البرنامج غلاف مالي بقيمة 500 مليون درهم من أجل رفع مستوى 16.000 سرير فندقى.

وبالإضافة إلى ذلك تستند هذه الآلية على أحكام مرنة ومهمة:²

- ✓ إدخال دور الضيافة ضمن مؤسسات الإيواء السياحي المؤهلة؛
- ✓ المساهمة بتمويل ذاتي قدره 10% بالنسبة للمقاولات الصغرى المصنفة في 1* و2* و3* نجوم ودور الضيافة والاقامات الفندقية و15% بالنسبة للمقاولات الكبرى المصنفة في 4* و5* نجوم؛
- ✓ تكاليف للتمويل تصل إلى 250.000 درهم لكل غرفة بالنسبة للوحدات الكبرى؛

¹ الشركة المغربية للهندسة الأساسية SMIT، من الموقع الإلكتروني <https://smit.gov.ma>

² <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/168> consulté le : 18/07/2019.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- الصندوق المغربي للتنمية السياحية: ويتمثل الدور الرئيسي للصندوق في تمويل الاستثمارات السياحية التي تستجيب لدفتر الشروط، وقد خصص غلاف مالي بمبلغ 15 مليار درهم تجمع على مدى عشر سنوات إضافة إلى تمويل البنوك بمبلغ 24 مليار درهم.¹
- صندوق الحسن الثاني: يمكن للمستثمرين أيضا أن يستفيدوا من امتيازات أخرى وتحديدًا المشاريع السياحية المهيكلة للمناطق الموجهة للمنتجعات الساحلية المبرمجة في إطار "المخطط الأزرق" هذه الامتيازات يمولها صندوق الحسن الثاني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ويتعلق الأمر ب:
 - ✓ إنشاء البنية التحتية الخارجية والمساهمة في ثمن الحيازة العقارية الفندقية في حدود 250 درهم/م² في المحطات السياحية لمناطق معينة؛
 - ✓ إعانات لترميم وتحويل "القصور" والقصبات" إلى وحدات إيواء سياحي في حدود 10% من مبلغ الاستثمار البالغ سقفه 10 ملايين درهم.²
- 3. الإطار التنظيمي والمؤسسي للاستثمار السياحي
هناك مجموعة من الهيئات والمؤسسات المسؤولة عن عملية الإشراف والمتابعة للاستثمارات السياحية في المغرب والتي سنتطرق إليها فيما يلي:
- وزارة السياحة: تم تحديد مهام وزارة السياحة المغربية في المادة الأولى من المرسوم رقم 2.08.651 الصادر بتاريخ 15 جويلية 2009 والذي ينص على أن وزارة السياحة تتكلف بـ:
 - ✓ إعداد وتنفيذ وتتبّع إستراتيجية التنمية السياحية؛
 - ✓ إنجاز الدراسات والأبحاث اللازمة لتنمية السياحة على المستويين الوطني والجهوي؛
 - ✓ إعداد النصوص التشريعية والقانونية والتنظيمية المتعلقة بالأنشطة السياحية والسهر على تنفيذها؛
 - ✓ تأطير ودعم مهنيي قطاع السياحة والأنشطة السياحية طبقا للقوانين المعمول بها؛
 - ✓ المشاركة في إعداد وتسيير إستراتيجية التكوين الفندقي والسياحي؛
 - ✓ مراقبة المؤسسات التابعة لوزارة السياحة.
- الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات: وهي مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، حيث يسند إلى الوكالة عملية تنفيذ إستراتيجية الدولة في مجال تنمية الاستثمارات الوطنية والأجنبية

¹ <http://www.tourisme.gov.ma/ar/> consulté le: 22/07/2019.

² <https://smit.gov.ma> consulté le :20/07/2019.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

وإنعاشها بما فيها الاستثمار في القطاع السياحي، ومن المهام التي تقوم بها الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات ما يلي:¹

- ✓ إنجاز دراسات حول فرص الاستثمار المتاحة؛
- ✓ مواكبة المستثمرين المغاربة في مشاريعهم الاستثمارية على الصعيد الدولي؛
- ✓ استقبال المستثمرين ومدّهم بالمعلومات وتوجيههم ومواكبتهم في تدبير مشاريعهم الاستثمارية بالمغرب بتنسيق مع السلطات والهيئات المعنية؛
- ✓ تقديم اقتراحات للحكومة لوضع إستراتيجية للتواصل والتحسيس تعكس صورة حقيقية عن فرص الاستثمار في المغرب وتحسين جاذبيته والعمل على تنفيذها؛
- ✓ القيام بالدراسات والتحريات حول الأسواق الأجنبية الواعدة؛
- ✓ تسيير وتطوير فضاءات المعارض؛
- ✓ تنظيم ندوات ومؤتمرات وتظاهرات من شأنها إنعاش الاستثمار والتصدير بتنسيق مع السلطات والهيئات المعنية.

- **الشركة المغربية للهندسة السياحية SMIT**: ويتمثل تدخل الشركة المغربية للهندسة السياحية في تحديد وتنفيذ الحملات الترويجية الواسعة النطاق ودعم جاذبية الوجهة المغربية كقطب للاستثمار السياحي، وتسهر على وضع المغرب في مركز الحوار الاستثماري السياحي العالمي، وبالتالي جعل المغرب قبلة استثمار سياحية لا غنى عنها لدى البلدان المستهدفة.

- **المراكز الجهوية للاستثمار بالمملكة**: وتتجلى المهمة الأساسية للمراكز الجهوية للاستثمار في مساعدة المقاولين والمستثمرين المحليين والأجانب الراغبين في القيام بمشاريع استثمارية وذلك بتزويدهم بكل المعلومات الخاصة بالاستثمار الجهوي، بالإضافة إلى دراسة كافة طلبات الترخيص الإداري أو تحضير جميع الوثائق الإدارية الضرورية لإنجاز مشاريع الاستثمار في مجموعة من القطاعات ومن بينها قطاع السياحة والصناعة التقليدية، كما تتولى دراسة مشاريع العقود أو الاتفاقيات التي ستبرم مع الدولة من أجل منح المستثمرين امتيازات خاصة.²

¹ ظهير شريف رقم 1-17-49 الصادر في 30 أوت 2017، بتنفيذ القانون رقم 16-60 المحدثه بموجبه الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات والصادرات، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد 6604، الصادرة بتاريخ 14 سبتمبر 2017، ص ص 5062-5063.

² المركز الجهوي للاستثمار لجهة الرباط، من الموقع الإلكتروني <https://www.villedesale.ma> تم الاطلاع يوم 2018/07/18.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية

أولاً- السمات الاجتماعية والثقافية لدولة المغرب: يتميز المجتمع المغربي بالعديد من المميزات الثقافية والاجتماعية والتي يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

- إن الثقافة الشعبية المغربية تتميز بالتنوع والغنى وذلك راجع لتعدد الطوائف والقبائل المستوطنة لهذا البلد منذ قرون عديدة، فامتزجت العادات والتقاليد والطقوس بفعل امتزاج الجماعات الإنسانية وشكلت ذاكرة ثقافية مغربية متميزة، حيث بدأ انعكاسها واضحاً على عقلية وطريقة تفكير المواطن المغربي وظهر ذلك من خلال سلوكياته اليومية وتقاليد الاحتفالية وأقواله في المناسبات.¹
- إن المغرب بلد متعدد الأعراق وهو يزخر بثقافة متنوعة وحضارة ثرية، وللتنوع الثقافي والحضاري المغربي العديد من الخصوصيات والتي كونت نسيجه الاجتماعي على اختلاف مناطقه وجهاته، ومن أبرز هذه المكونات والعناصر التي تطبع هذه الأنسجة الحضارية الثرية العنصر البشري واللغوي والثقافي، حيث تنطوي تحت هذه العناصر مكونات في العديد من المظاهر الثقافية والحضارية التي تطبع المغرب بطابع خاص ومميز.²
- يمتاز المطبخ المغربي بأنه من أكثر المطابخ العالمية تنوعاً، ويعزى السبب في ذلك إلى الامتزاج الذي شهدته المغرب مع العالم المحيط عبر التاريخ، فيجمع المطبخ المغربي في ثناياه الأمازيغية والعربية والشرق أوسطية والإفريقية وغيرها.³
- لقد عرف المغرب الذي يعتبر من بين أول البلدان في العالم التي شهدت ظهور صناعة حجرية جد متنوعة كيف يصوغ هذا الغنى ويجسده في صناعة تقليدية تتميز بتنوعها الشديد، فصناعة الجلد والزرايبي وصناعة الألبسة التقليدية والحلي والفخار والخزف والخشب المنقوش والجبس المنحوت والاشتغال على النحاس تجتمع كافة لتشكّل دليلاً على الغنى الثقافي لمختلف جهات المملكة، كما تشتهر المملكة المغربية بتنظيمها للعديد من المهرجانات والمواسم وأشهرها مهرجان فاس للموسيقى الروحية ومهرجان كناوة بالصويرة ومهرجان موازين إيقاعات العالم بالرباط.⁴

¹ الثقافة الشعبية ومدى حضورها في المقررات المدرسية المغربية، من الموقع الإلكتروني:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=396073> تم الاطلاع يوم 2018/07/19.

² الخطابي: هذه مظاهر التعدد والتنوع الثقافي الزاخر في المغرب، من الموقع <https://www.hespress.com/tendances/96158.html> تم الاطلاع يوم 2018/07/19.

³ ثقافة المغرب، من الموقع <https://mawdoo3.com>.

⁴ الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات <https://www.invest.gov.ma>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ثانيا- مقومات البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة المغرب:

1. قطاع النقل: يعد النقل أحد الأسباب المهمة لازدهار النشاط السياحي في أي بلد، فبواسطة الطرق ووسائل النقل بمختلف أنواعها كافة يتم توفير متطلبات أنشطة السياحة والترويج للمكان المقصود، مما يعني أن النقل يمثل القاعدة الرئيسية للسياحة ورواجها، ويعبر أيضا عن درجة التمدن والتحضر ومؤشر على مدى الرقي الاقتصادي في البلد هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن زيادة الطلب السياحي على مناطق الجذب السياحي يحفز أيضا المستثمرين المحليين والأجانب على توطين استثماراتهم في تلك المناطق لأنهم يستفيدون من تسهيلات فيما يخص سهولة الحركة.

وبالنسبة للمملكة المغربية فلقد عملت هذه الأخيرة على تطوير البنيات التحتية وعصرنة أنماط النقل، ولذلك عرف قطاع التجهيز والنقل واللوجستيك خلال السنوات الأخيرة تحولات مهمة على مستوى الإصلاحات المؤسساتية والتشريعية وعلى مستوى الاستراتيجيات والخطط الرئيسية وكذلك إطلاق عدة أورش كبرى.

- النقل البري: حسب سنة 2016 أصبح المغرب يتوفر على 60 ألف كلم من الطرق، منها 44000 كلم معبدة و4200 طرق مهئية و10800 كلم طرق مصنفة غير معبدة وشهدت الاستثمارات العمومية في قطاع الطرق تطورا واضحا، حيث قفزت من 20.2 مليار درهم خلال الفترة (2008-2011) إلى 33.3 مليار درهم خلال الفترة (2012-2016) حيث ساهم هذا الأداء في تطوير البنية التحتية للطرق في المغرب مما أدى إلى زيادة طول الطرق المستهدفة بهذا الاستثمار من 13480 كلم خلال الفترة (2008-2011) إلى 20650 كلم خلال الفترة (2012-2016) أي بزيادة المعدل السنوي قدرها حوالي 20%¹.

كما يملك المغرب 977 كلم من الطرق السريعة في سنة 2016 وفي الفترة ما بين (2012-2016) تم إنجاز 250 كلم من الطرق السريعة، كما يتوفر على 1800 كلم من الطرق السيارة، حيث بلغت الاستثمارات في الطرق السيارة خلال الفترة (2012-2016) 11.7 مليار درهم.

أما بالنسبة لشبكة السكك الحديدية، يحتل المغرب الصدارة إفريقيا من حيث جودة وفعالية الشبكة السككية، وهذا الإنجاز ليس وليد الصدفة إنما كان ثمرة مجهودات مبذولة على جميع المستويات، بحيث وعيا منها بأهمية الشبكة السككية ودورها في التنمية الاقتصادية عملت الوزارة الوصية على بلورة وتنزيل إستراتيجية نوعية وناجحة لتنمية القطاع السككي بالمغرب، فخلال الفترة (2011-2016) شهد النقل السككي بالمغرب تطورا غير مسبوق، حيث عرف نقل المسافرين خلال الفترة 2011-2015 نموا بنسبة

¹ وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك، الأورش والإصلاحات 2016/2012، المملكة المغربية، 2016، ص 28.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

18% وسجل معدل الرضا عن جودة الخدمات بالنقل السككي ارتفاعاً، حيث إنتقل من 62% في سنة 2011 إلى نسبة 76% سنة 2015 ويعزى ذلك بالأساس إلى عدة عوامل منها:¹

✓ أسطول المعدات المتحركة: الرفع من حظيرة العربة بـ 100%، إقتناء 30 قاطرة جديدة، إعادة تأهيل 204 عربة من أصل 311 عربة (80%) و 12 قطار ذاتي من أصل 13 عربة (92%)، تحسين مؤشرات الراحة وضمان حسن إستغلال المعدات المتحركة بمعدات جد مشجعة حيث تم في سنة 2015 تم تكييف 90% من العربات مع وضع نظام صوتي حديث بـ 98% من العربات وتحسين 99% من المرافق الصحية؛

✓ أما بالنسبة لعمليات التسويق والبيع: فقد تم اعتماد أنظمة ذكية لبيع التذاكر والاستخلاص (شبابيك أتوماتيكية، حجز التذاكر عن بعد)، تقوية البيع عبر مكاتب معتمدة، تعاريف جديدة شباب-طلاب- بطاقات تشجيعية للموظفين - للأسر ونهاية الأسبوع وهذا لتشجيع السياحة الداخلية في العطل الأسبوعية بالنسبة للأسر المغربية، تحسين مستوى التأطير بالمحطات من خلال تعزيز الفرق المختصة، التعبئة المستمرة لمواكبة حركة التنقل أثناء فترات الذروة؛

- **النقل البحري:** يتوفر الشريط الساحلي المغربي بواجهتيه البحريتين والذي يمتد على طول ما يقارب 3500 كلم على 38 ميناء، منها 13 موانئ للتجارة الدولية و 10 موانئ للصيد ذات طابع جهوي و 9 موانئ للصيد ذات طابع محلي بالإضافة إلى 6 موانئ ترفيهية، ووعيا منها بالدور الريادي الذي يلعبه قطاع الموانئ في النمو الاقتصادي قامت المملكة المغربية بالكثير من الجهود في مجال الاستثمارات وكذا تأهيل وتحسين شبكة البنيات التحتية المينائية الشيء الذي جعل المملكة تعمد إلى وضع إستراتيجية وطنية في أفق 2030 حيث تتمحور هذه الإستراتيجية على:²

✓ بناء موانئ جديدة: الميناء الجديد لآسفي، ميناء الناظور غرب المتوسط، ميناء القنيطرة الأطلسي، الميناء الجرف الأصفر، ميناء الداخلة الأطلسي؛

✓ التوسيعات الكبرى وتشمل: ميناء المحمدية، ميناء الدار البيضاء، ميناء الجرف الأصفر، ميناء أغادير، ميناء طرفاية؛

✓ إدماج الموانئ في محيطها الحضري.

- **النقل الجوي:** لقد شهد قطاع النقل الجوي بالمغرب خلال السنوات الأخيرة تحولات كبرى تطورت وتيرة تحسينها بعد تحرير الأجواء ودخول مجموعة من الفاعلين الجدد في قطاع الطيران وكذلك إحداث

¹ <https://ar.wikipedia.org/wiki>.

² <file:///C:/Users/PC/Downloads/Bilan-METL-AR-2012-2016-vers-web%20.pdf>.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

أو تجديد أكثر من 75% من الاتفاقيات من أصل 64 إتفاقية ترتبط حالياً مع 95 بلد، وتجدر الإشارة إلى أن عدد شركات النقل الجوي التي كانت تخدم وجهة المغرب في سنة 2003 لم يكن يتجاوز 22 ناقلة أما اليوم فقد أصبح عددها 44 شركة وهي موزعة كالتالي: 03 شركات مغربية، 12 شركة لدول غير أوروبية و29 شركة أوروبية، كما يتم ربط المغرب حالياً ب 51 بلد و113 مطار عبر رحلات منتظمة.¹ ويتوفر المغرب على 24 مطار منها 15 مطار دولي، وبغية الاستجابة للاحتياجات المرتبطة بإستراتيجية قطاع السياحة رؤية 2020 تم وضعية إستراتيجية تركز على المحاور الرئيسية التالية:

- ✓ تقوية مكانة مطار الدار البيضاء كمطار مرجعي في شمال إفريقيا؛
- ✓ تحديد مخطط لتطوير المطارات في أفق 2035 ويهدف هذا المخطط إلى توفير معطيات محينة والعناصر الهامة المتعلقة بالنقل الجوي، البنيات التحتية وقدرات تطوير خمسة عشرة مطارا للاستجابة لاحتياجات الملاحة الجوية المنتظرة على المدى القصير والمتوسط والبعيد؛
- ✓ تعزيز خطوط الربط الجوي مع السوق الأوروبية؛
- ✓ تعزيز الملاحة الجوية الداخلية من خلال تحديد مجموعة من الآليات التطبيقية التي تضمن الجدوى الاقتصادية وديمومة خطوط الربط الجوية داخل وبين الجهات بشراكة مع شركة الخطوط الملكية المغربية وإعداد دراسة لتحديد إستراتيجية جديدة متوافق عليها لتطوير الملاحة الجوية الداخلية؛
- ✓ تهمين الملك العمومي للمطارات من خلال: إنجاز مناطق لوجيستكية خاصة بالشحن الجوي بالقرب من المطارات الدار البيضاء، الرباط، طنجة وتشجيع ظهور فاعلين لوجيستكيين مندمجين في مجال الشحن الجوي، خلق وحدات فندقية على مستوى مطار محمد الخامس ومراكز الندوات بالقرب من المطارات، دراسة قابلية وضع جزء من الملك العمومي الخاص بالمطارات رهن إشارة المقاولين قصد خلق شبكة من المجمعات والمراكز التجارية الحديثة بالقرب من المطارات؛
- ✓ تطوير قطب خاص بصيانة الطائرات وتجهيزات الملاحة الجوية في مطار محمد الخامس وتهدف الوزارة الوصية من خلال هذا إلى إتباع رؤية جديدة في تكوين الربانة ودراسة فرص خلق قطب للتكوين في مهن النقل والملاحة الجوية.

2. قطاع الاتصالات: يواصل قطاع الاتصالات بالمغرب ديناميكيته القوية ويشهد على ذلك الولوج المكثف إلى الهاتف المتنقل، كما تسجل المكالمات اللاسلكية والأترنت طفرة حقيقة بحيث أصبحت تشكل جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للمواطنين وهذا ما توضحه المؤشرات التالية:

¹ وزارة التجهيز والنقل واللوجيستيك بالأرقام، المملكة المغربية، 2014، ص 2.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-8): بعض المؤشرات الخاصة بقطاع الاتصالات بالمملكة المغربية

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
2070	2222	2488	2925	3279	3566	3749	عدد مشتركى الهاتف الثابت - بالآلاف -
41500	43080	44115	42424	39016	36554	31982	عدد مشتركى الهاتف المتنقل - بالآلاف -
17058	14471	9969	5776	3957	3182	1867	عدد مشتركى الانترنت - بالآلاف -

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، التقرير السنوي، المغرب، 2016، من الموقع الإلكتروني:

https://www.anrt.ma/sites/default/files/rapportannuel/rapport_annuel2016_anrt_va_2.pdf

- الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، التقرير السنوي 2015، المغرب، 2015 على الموقع

https://www.anrt.ma/sites/default/files/rapportannuel/rapport_annuel_anrt_2015_web_va_rect.pdf

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن سوق الهاتف الثابت واصل تراجعته خلال السنوات الأخيرة فقد بلغ عدد المشتركين في الحظيرة الإجمالية 2.07 مليون مشترك سنة 2016 مقابل 2.22 مليون مشترك خلال سنة 2015 أي بتراجع قدره 7% خلال سنة واحدة فقط، ويعزى هذا التراجع بالأساس إلى انخفاض حظيرة المشتركين في خدمة الهاتف الثابت بالإضافة إلى التراجع في الاستعمالات، ويرجع هذا التراجع إلى الإقبال المتزايد للمستهلكين المغاربة على خدمات الهاتف المتنقل التي أصبحت في المتناول وإلى التراجع القوي لحظيرة مشتركى الهاتف الثابت 45% ما بين 2010 و2016، أما عن عدد مشتركى الهاتف المتنقل فقد عرف انخفاضا طفيفا في سنة 2016 بالمقارنة مع سنة 2015، إذ بلغت حظيرة المشتركين 41.5 مليون مشترك عند نهاية سنة 2016 ويعزى هذا التراجع حسب تقرير الوكالة إلى شروع المتعهدين في تطبيق القواعد المتعلقة بتحديد هوية المشتركين.

وعن سوق الانترنت فإنه يواصل في منحاه التصاعدي سنة بنسبة نمو قدرها 18% مقارنة مع سنة 2015 وبذلك فقد تجاوزت حظيرة المشتركين 17 مليون مشترك نهاية سنة 2016، ويرجع النمو القوي للسوق بالأساس إلى الانترنت المتنقل حيث بلغت نسبة المشتركين بحظيرته 93% من الحظيرة الإجمالية للمشاركين في خدمة الانترنت عند نهاية سنة 2016 وذلك لضعف انتشار التقنيات السلكية على التراب الوطني مقارنة مع شبكة الهاتف المتنقل.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

3. الخدمات التعليمية: يولي المغرب أهمية بالغة للنظام التعليمي باعتباره وسيلة من وسائل تنمية العقول وتكوين المؤهلات البشرية لتوفير احتياجات سوق العمل، كما ينصب اهتمامه على تحسين جودة التعليم وفق جميع المستويات التعليمية، والجدول التالي يمثل بعض مؤشرات التعليم في المملكة المغربية

الجدول رقم (2-9): مؤشرات نسب التمدرس بالمملكة المغربية خلال الفترة 2017/2014

النسبة %	2015/2014	2016/2015	2017/2016
التعليم الأولي	نسبة تدرس الأطفال 4-5 سنوات	45.3	49.5
التعليم الابتدائي	نسبة تدرس الأطفال 6-11 سنة	97.4	99.1
التعليم الثانوي الإعدادي	نسبة تدرس الاطفال 12-14 سنة	85.2	87.6
التعليم الثانوي التأهيلي	نسبة تدرس الاطفال 15-17 سنة	65.3	66.6

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني ، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2015/2014، ، المملكة المغربية، 2015.
- وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني ، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2017/2016، ، المملكة المغربية، 2017.
- وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني ، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2016/2015، ، المملكة المغربية، 2016.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن المملكة المغربية حققت نتائج ايجابية فيما يخص مؤشرات التعليم للسنوات الأخيرة، حيث نلاحظ بأن كل النسب بالتعليم الأولي أو التعليم الابتدائي أو التعليم الثانوي الإعدادي لقيت تحسنا ملحوظا خلال الموسم 2017/2016 وهذا راجع لسياسة الدولة في دعمها لقطاع التربية من خلال دعمها لتكوين الأطر لجميع المستويات التعليمية وكذلك من خلال تخصيص ميزانيات معتبرة لوزارة التربية الوطنية، حيث بلغت ميزانية التربية والتعليم خلال الموسم 2017/2016 ما قيمته 45711 مليون درهم في حين بلغت قيمتها للموسم 2016/2015 حوالي 47141 مليون درهم، أما عن معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في المغرب فهي ممثلة في الجدول التالي:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-10): معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في المغرب

معدلات القيد الصافي في مراحل التعليم %				معدل الأمية %				المغرب
المرحلة الثانوية		المرحلة الأولى		الفئة العمرية 15-24		الفئة العمرية 15 سنة فما فوق		
2015	2010	2015	2010	2016	2010	2016	2010	
56.1	36.0	98.4	93.7	4.9	20.5	27.6	43.9	

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، 2017، ص 296 و ص 292.

من خلال هذه المعطيات نلاحظ أن الحكومة المغربية حققت تقدما فيما يخص التقليل من معدل الأمية بالنسبة لفئة الشباب، حيث بلغت نسبة الأمية بالنسبة للشباب خلال سنة 2016 حوالي 4.9%، بينما لا يزال معدل الأمية بالنسبة للفئة العمرية 15 سنة فما فوق فهي مرتفعة حيث وصل إلى 27.6% في سنة 2016، أما بالنسبة لمعدلات القيد الصافي في مختلف المراحل التعليمية فلقد حققت نتائج ايجابية فيما يخص المرحلة الابتدائية وهذا يدل على أن مستوى الالتحاق بالتعليم الابتدائي في المغرب يعرف نموا وتطورا ملحوظا على عكس مستوى الالتحاق بالتعليم الثانوي الذي عرف هو الآخر تحسنا في سنة 2015 بالمقارنة مع سنة 2010 ولكن لا زال دون المستوى المطلوب.

- أما عن التعليم العالي في المملكة المغربية فيندرج تحت مسؤولية الدولة التي تتولى التخطيط له وتنظيمه وتطويره وضبطه وتوجيهه حسب المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تحدد السياسة الوطنية، ويشتمل على التعليم العالي العام والتعليم العالي الخاص، ويمكن معرفة تعداد طلبة الجامعات بالمغرب من خلال الجدول التالي:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-11): تطور أعداد طلبة جميع الأسلاك حسب بعض الجامعات المغربية

الجامعة	/2010 2011	/2011 2012	/2012 2013	/2013 2014	/2014 2015	/2015 2016
القرويين فاس	6042	7332	9648	12063	13368	-
مُحَمَّد الخامس الرباط	42000	49283	57109	63033	72231	76765
الحسن الثاني الدار البيضاء	51770	66878	76724	85055	92619	99098
سيدي مُحَمَّد بن عبد الله فاس	60436	71058	71867	77895	84191	95112
القاضي عياض مراكش	32032	43375	54743	59807	65324	76019
السلطان مولاي سليمان بني ملال	7561	11140	14885	18065	18292	21935
مُحَمَّد الأول وجدة	29664	33782	40324	44156	51889	55293
عبد المالك السعدي تطوان	25553	34235	44405	54014	61910	75357
شعيب الدكالي الجديدة	8330	10111	12926	14043	13795	15842
الحسن الأول سطات	8490	12656	18046	20692	23273	28112
المولى إسماعيل مكناس	28394	34643	44010	43927	54148	55917
ابن طفيل القنيطرة	16598	20622	27410	33962	39215	42922
ابن زهر أغادير	43704	52686	69278	80433	87136	107758
المجموع	360574	447801	541375	607145	677391	750130

المصدر: وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي، المغرب الجامعي 2016/2015، المملكة المغربية، 2016، ص 12.

من خلال هذه المعطيات نلاحظ بأن عدد طلبة بعض الجامعات المغربية بجميع التخصصات في تزايد مستمر حيث بلغ عدد الطلبة خلال الموسم 2011/2010 حوالي 360574 طالب ليرتفع عددهم خلال الموسم 2016/2015 ليصل إلى 750130 طالب بزيادة الضعف تقريبا، والحكومة المغربية تولي اهتماما بالغاً لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي من خلال تخصيص ميزانية ترتفع سنة بعد سنة حيث قدرت ميزانية التعليم العالي الجامعي خلال سنة 2016 إلى ما قيمتها 9892.50 مليون درهم بينما قدرت خلال سنة 2010 بـ 6216.12 مليون درهم، باعتبار أن التعليم العالي في المملكة المغربية يهدف إلى:

- تكوين الكفاءات وتطويرها وتنمية المعلومات ونشرها في جميع ميادين المعرفة؛
- الإسهام في التطورات العلمية والتقنية والمهنية والاقتصادية والثقافية للأمة مع الأخذ في الاعتبار الاحتياجات الخاصة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- الرفع من قيمة التراث الثقافي المغربي والعمل على إشعاع قيمه العريقة.

4. **الخدمات الصحية:** يعتبر قطاع الصحة من القطاعات الحيوية حيث تعتبره منظمة الصحة العالمية أحد أبرز المعايير الدولية في تقدم أو تخلف أي بلد في العالم إلى جانب التعليم والدخل الفردي، كما مدى جودة الخدمات الصحية المقدمة في بلد ما يعتبر من المحددات التي يعطي لها المستثمر أهمية قبل أن يقوم بتوطين استثماراته فيه، والجدول التالي يوضح أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في المغرب:

الجدول رقم (2-12): بعض المؤشرات الصحية في دولة المغرب للفترة 2010-2015

عدد السكان مقابل كل سرير		عدد الممرضات - لكل 100 ألف نسمة-		عدد الأطباء - لكل 100 ألف نسمة-		الإنفاق على الصحة حسب نوع الإنفاق 2015%		إجمالي الإنفاق على الصحة 2015%		المغرب
2015	2010	2015	2010	2015	2010	الخاص	العام	من الناتج المحلي الإجمالي	من الإنفاق العام	
1533	1176	91	90	65	61	66.1	33.9	5.6	5.9	

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، الكويت، 2017، ص 296 و ص 292.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مؤشرات الصحة في المغرب عرفت تحسنا نوعا ما، حيث أن عدد الأطباء لكل 100 ألف نسمة يقل عن 100 طبيب، أما بالنسبة للإنفاق على الصحة فسجل نسبة 5.6% من الإنفاق العام في حين أن القطاع الخاص هو الذي يتولى المسؤولية الرئيسية في تمويل قطاع الصحة حيث تقدر نسبة الإنفاق الحكومي إلى إجمالي الإنفاق الخاص على الصحة نسبة 66%، كما نسبة السكان الذين يحصلون على خدمات صحية تمثل 75% في سنة 2015 وهو معدل مقبول.

وللنهوض بالقطاع الصحي أعدت وزارة الصحة إستراتيجية قطاعية للنهوض بهذا القطاع للفترة 2017-2021 الهدف منها استكمال تعميم التغطية الصحية للفئات المستهدفة الأخرى لتشمل ذوي المهن الحرة مما سيمكن المنظومة الصحية الوطنية من تغطية أكثر من 90% من السكان في أفق 2021 ومن جهة أخرى تم التأكيد على مواصلة تعزيز الولوج إلى الخدمات الصحية الأولية من 60% إلى 100% وتقليص نسبة الوفيات لدى الرضع من 27 لكل 1000 ولادة حية إلى 20 لكل 1000 ولادة حية ومن أجل ذلك

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

خصصت الحكومة اعتماد مالي للقطاع الصحي 14790120000 درهم في سنة 2018 مقابل 14294752000 درهم في سنة 2017.

المبحث الثالث: تشخيص وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في تركيا

تعتبر تركيا من بين أكثر الوجهات السياحية إقبالا في العالم، حيث أنها نجحت في جذب ما يزيد عن 38 مليون سائح سنويا، كما أنها لا تزال تقدم العديد من الفرص الاستثمارية في كل القطاعات بما في ذلك القطاع السياحي، فالحكومة التركية تسعى لتوفير بيئة أعمال مناسبة لجذب المستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء، ومن خلال هذا المبحث سوف نحاول تشخيص المناخ الاستثماري السياحي لدولة تركيا.

المطلب الأول: القدرات الطبيعية والتراثية لتركيا

تعتبر تركيا مهدا للكثير من الحضارات كما تتميز بموقعها الجغرافي الممتاز، الأمر الذي جعلها محط أنظار العديد من السياح والشركات الأجنبية، ومن خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى مختلف الإمكانيات الطبيعية والأثرية التي تتوفر عليها تركيا.

1. الموقع والمساحة: تقع تركيا في غرب قارة آسيا ممتدة إلى شرق قارة أوروبا عبر مضيق البوسفور، ويحدها من الجنوب البحر الأبيض المتوسط ومن الشمال سوريا وجزء من حدود العراق التي تمتد لتحدها من الشرق مع الحدود الإيرانية، وتشمل الحدود الشمالية الشرقية حدودا مشتركة مع كل من كرجستان وأرمينيا وروسيا الاتحادية وشمالا البحر الأسود، بينما تشترك حدودها الغربية مع كل من اليونان، بلغاريا وبحر مرمرة وبحر إيجه في الجنوب الغربي.¹

ومن هنا تظهر الأهمية الجغرافية لتركيا حيث تتوسط قارات العالم الثلاث آسيا، أوروبا وإفريقيا وتقع في قلب المجال الجغرافي المسمى "أوراسيا" وهي بذلك تعتبر المنطقة الوسطية المتحكمة في قلب العالم الأمر الذي يؤهلها لأن تكون دولة محورية أو حاسمة في المجال الجيوسياسي، وهي دولة قارية وبحرية في نفس الوقت وتحدها ثماني دول ما يتيح لها اختيار سياسات أو تحالفات، كما تحيطها المياه من ثلاث جهات وتسيطر على ممرين مائيين.²

وتتميز تركيا بشكل مستطيلي بطول 1600 كم وعرض 800 كم وتقع ما بين خطي عرض 35 درجة و43 درجة شمالا وخطي طول 25 درجة و45 درجة شرقا، كما تبلغ المساحة الإجمالية لتركيا حوالي 783562 كم².³

¹ وزارة التجارة والصناعة، دراسة عن العلاقات الاقتصادية التجارية بين مصر وتركيا، جمهورية مصر العربية، بدون سنة، ص 02.

² مزيان فيروز، النموذج التنموي التركي: التكامل بين المفهوم الشامل للتنمية والمفهوم التنموي للعدالة الاجتماعية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة، العدد 08، 2016، ص 277.

³ الموسوعة الحرة ويكيبيديا على الموقع <https://ar.wikipedia.org>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

وتتمتع تركيا بأربعة فصول فمناخ يتنوع بصورة كبيرة في أنحاء البلاد المختلفة، فتركيا تتعرض إلى أنماط جوية وبحرية وقارية وهو ما يسبب مع طوبوغرافيتها الكبيرة التنوع تباينا جيومناخيا شديدا، كما تسقط الأمطار طوال العام على إقليم البحر الأسود في الشمال، ويتمتع الإقليم بصيف وشتاء معتدلين، ويعتبر الإقليم الساحلي الجنوبي على البحر المتوسط ذا مناخ شبه استوائي يتسم بصيف حار وجاف وشتاء معتدل مطير وإقليم بحر إيجه غرب الأناضول يضم جبالا تمتد بصورة عامة من الشرق إلى الغرب تتخللها سهول فيضوية ذات أعشاب، وكذلك يتسم هذا الإقليم بمناخ من نوعية مناخ البحر الأبيض المتوسط إذ يكون الصيف حارا جافا والشتاء معتدلا ووسط أناضوليا هو هضبة مرتفعة شاسعة يبلغ متوسط ارتفاعها عن سطح البحر 1132 مترا وتتسم بمناخ قاري شبه جاف، حار جاف صيفا وبارد شتاء.¹

2. الإمكانيات السياحية لتركيا

تعتبر تركيا من أكثر الوجهات جذبا للسياح من مختلف أنحاء العالم لما تمتلكه من تراث تاريخي غني تكون في عصور مختلفة على يد حضارات متنوعة، كما أنها تتوفر على إمكانيات طبيعية غنية مما جعلها تتمتع بتنوع في إمكانيات السياحة الدينية، الثقافية، التاريخية، الصحية والسياحة الجبلية، سياحة الغوص، سياحة مراقبة الطيور وغيرها من الأنواع الأخرى من السياحة والتي يمكن التطرق إليها فيما يلي:

✓ **السياحة التاريخية:** تعج تركيا بآلاف الآثار التاريخية المشهورة نظرا لتعدد الحضارات التي شهدتها، ومن بين تلك الآثار نجد:

- إفسEfes وهي مدينة يونانية قديمة تقع في مدينة أزمير على ساحل البحر الأبيض المتوسط؛
- آيا صوفيا Ayasofya وهو عبارة عن متحف يقع في مدينة اسطنبول؛
- طرطوس Tartus التي يوجد بها مدينة رومانية قديمة فضلا عن المعابد التاريخية ومسجد أصحاب الكهف حيث تقع في مدينة مرسين؛
- مسجد السلطان أحمد الذي بني في القرن السابع عشر ويقع في مدينة اسطنبول؛
- متحف الباب العالي Topkapy Sarayi الذي يعتبر من أكبر المتاحف في العالم ويقع أيضا في مدينة اسطنبول.

✓ **السياحة المعدنية (العلاجية):** لقي هذا النوع من السياحة الاهتمام من طرف كل الشرائح، وتتموقع تركيا على حزام هام للطاقة الجوفية حيث تعتبر من الدول السبع الأوائل في العالم من ناحية عدد وطاقة المنابع فيها، حيث يوجد في تركيا أكثر من 1000 نبع مياه جوفية ساخنة تتراوح حرارتها بين 20 إلى 110 درجة مئوية؛

¹ TURKEY FAO – AQUASTAT ، الري في إقليم الشرق الأوسط بالأرقام، ، 2008، ص 1.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- ✓ **سياحة الصيد:** إن الغطاء النباتي والحياة البرية في تركيا يجعلها قابلة للتطور في مجال سياحة الصيد لذلك تم إنشاء مراكز للصيد مع الأخذ بعين الاعتبار الطاقة الإنتاجية لحيوانات الصيد تحت إشراف وزارة الغابات والمديرية العامة للحدائق العامة والصيد والحياة البرية؛
- ✓ **السياحة الشتوية:** لعل من أهم مراكز السياحة في تركيا هو جبالها التي لا ينقطع عنها الثلج صيفا وشتاء والمراكز السياحية المنشأة فوقها من أجل التزلج، وفي إطار الإستراتيجية السياحية 2007-2023 تم تحديد رواق السياحة الشتوية في المناطق: أرزينجان، إيرزروم، أغري، كارس، اردهان، أين تنظم الرياضات الشتوية كما تهدف الإستراتيجية السياحية إلى تطوير مراكز السياحة الشتوية؛
- ✓ **سياحة المؤتمرات:** إن تركيا بمقوماتها الثقافية والتاريخية تعتبر بمثابة المعبر لعالم الإمكانيات المثيرة ومكانا رائعا للاجتماعات والمؤتمرات المشوقة حيث التقاء قارة آسيا بأوروبا، كما تشمل تركيا على العديد من الفنادق الفخمة علاوة على ثرائها بالأبنية الخاصة بالمؤتمرات، كما تتميز بسهولة الوصول إليها ومناظرها الخلابة وتحفها الفريدة؛
- ✓ **سياحة الغولف:** لقد تحولت تركيا في السنين الأخيرة مركز للغولف، حيث جمع بسلوكة الرفيع ومزايه بمشآته الواحدة تلوى الأخرى وبالمواصفات الدولية ؛
- ✓ **السياحة النباتية:** تحتوي شبه جزيرة الأناضول على أنواع متعددة ونادرة من النباتات بسبب طبيعتها الجغرافية وأقاليمها المختلفة وموقعها كجسر طبيعي يربط بين ثلاث قارات؛
- ✓ **سياحة تسلق الجبال:** توجد في تركيا جبال ذات إرتفاعات مختلفة إلى جانب هذه الجبال توجد الغابات ذات الأعشاب والأزهار البرية، الأمر الذي يجعل من تركيا المكان المناسب لممارسة هذا النوع من الرياضة؛
- ✓ **سياحة التجديف و سياحة الغوص تحت الماء:** تعتبر تركيا بلاد غنية بالمياه والينابيع والبحار وهذه الخاصية تزيد من أهميتها، إذ أنها مناسبة لممارسة مختلف أنواع النشاطات المائية منها التجديف وسباق القوارب، وتحتوي كذلك على العديد من المغارات والصخور التي تتواجد تحت سطح الأرض وتنتظر الاكتشاف؛
- ✓ **السياحة الدينية:** تحتوي تركيا على العديد من المنشآت الدينية ذات التراث المعماري الضخم، حيث عملت على استقطاب السياح للاستمتاع بتلك المشاهد الدينية العريقة حيث المساجد والكنائس.¹

¹ أنواع السياحة في تركيا، من الموقع الإلكتروني: <http://www.fatihur.com.tr/ar/turkey-tourism-types-turkey.html>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

المطلب الثاني: الجانب السياسي والاقتصادي

أولاً- طبيعة النظام السياسي في تركيا: إن الإصلاحات الحديثة في تركيا ليست وليدة الحاضر وإنما تعود بداياتها الأولى إلى ما يصطلح عليه بالإصلاحات الدستورية في عهد سليمان القانوني، ويؤرخ لدولة تركيا الحديثة بإعلان مصطفى كمال أتاتورك للجمهورية التركية سنة 1923، وإسقاطه نظام الخلافة.¹

ولقد أعطت المرحلة التي تزعم فيها مصطفى كمال أتاتورك الجمهورية التركية الملامح الأساسية للمشهد التركي في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية، نظريته في علمنة الدولة والمجتمع على كافة مجالات الحياة في تركيا، وصنف نظام الحكم في تركيا على أنه نظام برلماني نظراً لانتخاب رئيس الجمهورية من قبل البرلمان، وتكليف الحزب الذي حاز أكثر المقاعد النيابية تشكيل مجلس الوزراء، لكن داسي أنظمة الحكم يحارون في شكل النظام السياسي التركي من الناحية الأكاديمية وخصوصاً بعد إقرار التعديل الدستوري الذي ينص على إنتخاب رئيس الجمهورية مباشرة من الشعب، وهنا لا بد من توضيح بعض النقاط فنظام الحكم في الجمهورية التركية يعد نظاماً خليطاً من النظام البرلماني والرئاسي.²

وتجدر الإشارة أن نظام الحكم في تركيا يتميز بديناميكية واضحة حيث تلعب الأحزاب والقوى السياسية دوراً كبيراً فيه، كما تسهم قواعد الديمقراطية وآلياتها على توفير بيئة سياسية تمكن الأحزاب من تداول السلطة وفق قواعد الدستور والنظام الانتخابي التركي ومع إقرار أهمية الآليات الديمقراطية والحريات وتأثيرها في بلورة نموذج سياسي تركي ناجح في المنطقة.³

ثانياً- الجانب الاقتصادي: تمتلك تركيا اليوم اقتصاداً متكاملًا مع الاقتصاد العالمي وترتبطها علاقات متطورة مع مختلف الدول في العديد من العالم، وهذا راجع لمجموعة السياسات الاقتصادية السليمة والإصلاحات الاقتصادية القوية التي انتهجتها الحكومة التركية، حيث شهد الاقتصاد التركي نمواً قوياً ومطرداً خلال الأعوام الأخيرة وأصبح من أسرع النظم الاقتصادية نمواً، والجدول التالي يوضح لنا بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية لتركيا:

¹ ضبع عامر، المشاركة السياسية كأداة لترشيد الحكم من منظور أداء النظام السياسي دراسة حالة تركيا والجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2016/2015، ص 86.

² قسم الدراسات الإستراتيجية، هيكلية نظام الحكم في تركيا وتطوره البنية الداخلية- توجهات السياسة الخارجية، الجناح السياسي، تركيا، ص 31

³ نفس المرجع، ص 40.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-13): الشكل تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة تركيا خلال الفترة 2018/2000

2018	2017	2016	2015	2014	2013	متوسط	السنوات
						2012-2000	
771	852	863	859	934	950	474.15	الناتج المحلي الإجمالي-مليار دولار-
15068	14874	13853	13277	12842	12039	7738.87	نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي-دولار أمريكي
16.33	11.14	8.09	7.8	7.4	6.2	18.33	نسبة التضخم %
445	456	409	399	406	390	216.53	الدين الخارجي - مليار دولار أمريكي
92.9	107.6	105.9	110.4	127.4	131	/	الاحتياطيات الدولية-مليار دولار أمريكي -

المصدر: الجدول من إعداد الطالبة بالاعتماد على: بيانات البنك الدولي

<http://databank.albankaldawli.org>

لقد عاشت تركيا أزمة اقتصادية سنة 2001 خلفت آثار سلبية على الاقتصاد التركي، حيث نتج عن هذه الأزمة اختلال الأوضاع المالية للبنوك وارتفاع معدلات العجز وارتفاع حجم المديونية الخارجية وانخفاض احتياطي الدولة من العملات الأجنبية ونظراً لعجز القطاعات الاقتصادية في الدولة عن مواجهة هذه الأزمة فقد تم إغلاق العديد من الشركات التجارية وتقلص حجم الاستثمار وارتفاع حجم البطالة ولكن وبعد الإستراتيجيات السليمة للاقتصاد الكلي والسياسات المالية والإصلاحات الهيكلية الكبرى التي تم تطبيقها منذ سنة 2002 فقد أثبت الاقتصاد التركي أداء متميزاً حيث شهد الناتج المحلي الإجمالي نمواً ملحوظاً ليصل إلى 852 مليار دولار في سنة 2017 حين كان متوسط قيمته 474.15 مليار دولار خلال الفترة 2012-2000 أي بزيادة الضعف تقريباً.

كما عرف كذلك نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي تحسناً ملحوظاً حيث كانت متوسط قيمته 7738.87 دولار خلال الفترة 2012-2000 لتزداد هذه القيمة إلى 15068 دولار أمريكي خلال سنة 2018، ويعتبر دخل المواطن التركي من بين الدخول المرتفعة في العالم وأثر ذلك بالإيجاب على مستويات المعيشة بشكل ملحوظ.

أما عن نسب التضخم فقد عرفت تراجعاً إلى أقل من 10% خلال السنوات الأخيرة ماعدا سنتي 2017 و2018 أين وصلت معدلات التضخم إلى 11.14 و16.33% على التوالي، في حين كان التضخم يزيد

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

عن 10% منذ سنوات طويلة، وذلك راجع للإنفاق الحكومي على مشاريع ضخمة ولا سيما في عهد الرئيس الأسبق توركوت أوزال الذي قام بالإنفاق الواسع على المشاريع الضخمة وخاصة السدود ومحطات توليد الطاقة بالإضافة إلى الإنفاق العسكري الضخم ومع بداية سنة 1999 ارتفع التضخم بنسبة كبيرة حيث بلغ 99% بعدما كانت عام 1998 نسبة 69.7% وكان من أهم أسباب ارتفاع نسبة التضخم عدم الاستقرار الداخلي (الأزمة الكردية) والأزمة السياسية التركية .

كما عرفت الديون الخارجية ارتفاعا مستمرا حيث بلغت قيمة الدين الخارجي 445 مليار دولار في سنة 2018، في حين كانت قيمته 390 مليار دولار خلال سنة 2013، وعن قيمة الاحتياطات الدولية فهي كذلك عرفت تراجعا في قيمها من سنة إلى أخرى.

المطلب الثالث: الإطار التشريعي والتنظيمي للاستثمار السياحي

رغم الاستثمارات الهائلة في القطاع السياحي التركي إلا أن هناك كمية هائلة من الإمكانيات بقيت غير مستغلة في هذا القطاع وخاصة مناطق شرق وجنوب شرق الأناضول، فعلى الرغم من أنه كانت هناك موجة من الاستثمارات في السنوات القليلة الماضية في تركيا فلا يزال هناك مجال وافر للمشاريع الجديدة، حيث استهدفتها العديد من سلاسل الفنادق العالمية طمعا في الربح والنمو، ففي عام 2014 استوعبت تركيا أكثر من 165 سلسلة فندقية يمتلك المستثمرين الدوليين نسبة 15% من هذه الفنادق.

كما تجدر الإشارة إلى أن الحكومة التركية قد وفرت الإطار التشريعي والقانوني المساعد على جذب الاستثمارات وخاصة الأجنبية منها، حيث قامت الحكومة التركية بإصدار العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بالاستثمار خصوصا قانون الاستثمارات الأجنبية والسبب وراء ذلك يعود إلى القوة الاقتصادية التي أصبحت تتمتع بها على مستوى العالم إلى جانب مكانتها التاريخية والجغرافية والسياحية والتي ساهمت في جلب الاستثمارات والمستثمرين الأتراك والعرب والأجانب.

أولا- الإطار القانوني للاستثمار السياحي: تتسم تشريعات الاستثمار في تركيا بالبساطة والتوافق مع المعايير الدولية فضلا عن كونها تحقق المساواة في المعاملة بين جميع المستثمرين، ومن بين هذه القوانين نجد:

1. **قانون الاستثمارات الأجنبية المباشرة رقم 4875** والصادر في سنة 2003، حيث يعتبر هذا الأخير من أهم القوانين التي توفر الكثير من الضمانات للمستثمر الأجنبي كما يوجد لهذا القانون لائحتان تنفيذيتان: الأولى هي اللائحة التنفيذية الخاصة بقانون الاستثمار الأجنبي المباشر والثانية هي اللائحة

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- التنفيذية الخاصة بتوظيف الأجانب في الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ويمنح هذا القانون العديد من الضمانات والحوافز للاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى تركيا والتي نذكر منها:¹
 - توحيد المعاملة الاستثمارية للمستثمرين الأجانب والمحليين؛
 - عدم وجود أية قيود على ملكية الأجانب لأسهم الشركات؛
 - إطلاق الحرية في تشغيل العمالة الأجنبية؛
 - حرية تحويل الأرباح ورؤوس الأموال والحقوق المعنوية مثل براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية إلى الخارج؛
 - السماح للمستثمر الأجنبي بالاستثمار في كافة المناطق والقطاعات التي يسمح للمستثمر المحلي بالاستثمار فيها بنسبة 100%؛
 - عدم إلزام المستثمر الأجنبي بتحويل العملة الأجنبية إلى العملة المحلية.
- 2. **الاتفاقيات الثنائية:** وتنقسم إلى
 - اتفاقيات ثنائية تهدف إلى تشجيع وحماية الاستثمارات: تم توقيع الاتفاقيات الثنائية التي تهدف إلى تشجيع وحماية الاستثمارات من عام 1962 فصاعداً مع البلدان التي تظهر القدرة على تحسين العلاقات الثنائية للاستثمار، ويكمن الهدف الأساسي من اتفاقيات الاستثمار الثنائية في تهيئة بيئة مواتية للتعاون الاقتصادي بين الطرفين المتعاقدين عن طريق تحديد معايير التعامل مع المستثمرين واستثماراتهم داخل حدود البلاد المعنية، كما تهدف هذه الاتفاقيات إلى زيادة تدفق رأس المال بين الطرفين المتعاقدين وضمان تحقيق بيئة استثمار مستقرة بالإضافة إلى ذلك فإن وجود أحكام بشأن التحكيم الدولي يجعل أحد أهداف هذه الاتفاقيات هو وصف وسائل لتسوية النزاعات التي قد تحدث بين المستثمرين والدولة المضيفة بشكل ناجح، وفي هذا الإطار قامت تركيا بتوقيع اتفاقيات استثمار ثنائية مع 94 دولة، حيث دخلت 75 معاهدة استثمار ثنائية من تلك الـ 94 معاهدة حيز التنفيذ حتى الآن.
 - اتفاقيات منع الازدواج الضريبي: قامت تركيا بتوقيع اتفاقيات لمنع الازدواج الضريبي مع 80 دولة ويتيح ذلك إمكانية مقاصة الضريبة التي تُدفع في إحدى الدولتين مقابل الضريبة مستحقة السداد في الدولة الأخرى مما يمنع الازدواج الضريبي.

¹ أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية دراسة مقارنة تركيا- كوريا- مصر ، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2004، ص 86.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- اتفاقيات الضمان الاجتماعي: قامت تركيا بتوقيع اتفاقيات تأمينات اجتماعية مع 26 دولة وهذه الاتفاقيات تجعل من الأسهل بالنسبة للمغتربين التنقل بين الدول وسوف يزداد عدد هذه الدول تماشيا مع تزايد مصادر الاستثمار الأجنبي المباشر¹.

3. **الاتحاد الجمركي واتفاقيات التجارة الحرة:** دخلت اتفاقية الاتحاد الجمركي بين تركيا والاتحاد الأوروبي حيز التنفيذ منذ عام 1996 وتسمح الاتفاقية بالتبادل التجاري بين تركيا ودول الاتحاد الأوروبي دون أي قيود جمركية ويعد الاتحاد الجمركي القائم بين الاتحاد الأوروبي وتركيا إحدى الخطوات التمهيدية نحو حصول تركيا على العضوية الكاملة بالاتحاد الأوروبي نفسه وتتمتع تركيا باتفاقيات التجارة الحرة (FTA) مع 37 دولة، مما يوفر منطقة تجارة حرة تتفق الدول عبرها على إلغاء التعريفات والحصص والامتيازات على أغلب السلع والخدمات التي يتم تبادلها فيما بينها ويفسر هذا الإطار لماذا تستخدم العديد من الشركات العالمية الآن تركيا كمصدر ثان للتوريد وقاعدة للتصنيع، ليس فقط للاتحاد الأوروبي والأسواق التركية المتنامية بسرعة ولكن أيضا لأسواق الشرق الأوسط ومنطقة البحر الأسود وشمال أفريقيا، مع ميزة توفير قوى عاملة رخيصة نسبيا رغم كونها على درجة عالية من التعليم، ناهيك عن وسائل النقل والمواصلات قليلة التكلفة².

ثانيا- الإطار المؤسسي للاستثمار السياحي في تركيا : فيتكون من الأجهزة التالية:

1. **وكالة دعم وتشجيع الاستثمار (ISPAT):** التابعة لرئاسة الوزراء التركية المنظمة الرسمية المسؤولة عن ترويج فرص الاستثمار في تركيا للمنظومات التجارية في العالم كما أنها مسؤولة عن تقديم يد العون للمستثمرين قبل دخولهم إلى تركيا وخلال ذلك وبعده. كما تتولى "وكالة دعم وتشجيع الاستثمار التركية" التي يتكفل رئيس الوزراء مباشرة بإدارتها المسؤولية عن تشجيع الاستثمارات اللازمة لإحداث مزيد من التقدم الاقتصادي في تركيا. وحتى تعمل الوكالة على تحقيق ذلك الهدف فإنها تدعم الاستثمارات في التقنيات العالية وفي إضافة القيمة على المنتجات بجانب الاستثمارات التي تزيد من فرص العمل وذلك من خلال ما تقدمه من خدمات متلاحقة بلا انقطاع تتميز بالتسهيل على المستثمرين خلال تنفيذ الإجراءات الكاملة الخاصة بالاستثمارات ذات الصلة.

وتتميز وكالة دعم وتشجيع الاستثمار التركية بنشاطها عالميا فهي تدير أعمالها مع شبكة من المستشارين المحليين التي تركز أعمالهم في دول مثل كندا، الصين، فرنسا، ألمانيا، الهند، إيطاليا، اليابان، المملكة العربية السعودية، سنغافورة، كوريا الجنوبية، الإمارات العربية المتحدة، المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، كما تقدم الوكالة مجموعة شاملة من الخدمات للمستثمرين عبر إتباع نهج توفير

¹ المركز التركي للدراسات والاستشارات العقارية على الموقع <https://turkeyrealestates.net>

² وكالة دعم وتشجيع الاستثمار التركية على الموقع <http://www.invest.gov.tr>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

العديد من الخدمات من خلال محطة واحدة بحيث تضمن حصول المستثمرين على أمثل العوائد الناتجة من استثماراتهم في تركيا كما يتمتع طاقم المتخصصين العاملين في هذه الوكالة بالقدرة على تقديم العون للمستثمرين بمختلف أنواع اللغات.

ويتمحور عمل هذه الوكالة حول تقديم مستوى تام من الثقة، بالإضافة إلى الجمع بين نهج القطاع الخاص والقدرة على توفير الدعم للهيئات الحكومية، حيث أن الخدمات المجانية التي تقدمها الوكالة والمهام المخولة لها تتمثل فيما يلي:¹

- دعم الاستثمار وإستراتيجيات الترويج على المستوى الدولي؛
- القيام بالتخطيط وتقديم المعلومات والتوجيهات للمستثمرين وإرشادهم خلال مراحل إنجاز المشروع وما بعدها؛
- متابعة الصفقات المنفذة من طرف المستثمرين الأجانب؛
- إصدار التراخيص والموافقة الشكلية وفقا للمعايير المنصوص عليها؛
- محاولة حل المشاكل والعقبات التي يواجهها المستثمرون؛
- جمع البيانات والمعلومات التي من شأنها زيادة الاستثمار في تركيا؛
- المساهمة في عملية الإصلاح الرامية إلى تحسين مناخ الاستثمار؛
- نشر المطبوعات والمنشورات وغيرها حول الموضوعات المتعلقة بمهامها؛
- البحث عن الشركات لتأسيس المشروعات المشتركة.

2. المديرية العامة للاستثمار الأجنبي: تأسست هذه المديرية عام 1986 لدى أمانة وزارة الخزانة وهي تشارك في:²

- توفير المعلومات الكاملة عن كيفية إقامة المشاريع في تركيا؛
- تقديم المشورة بشأن حوافز الاستثمار وإصدار شهادات الحوافز؛
- توفير المعلومات الخاصة بالعمالة، البنية التحتية، التجارة، مواقع الاستثمار والتشريعات التركية؛
- تحديد مواقع الاستثمار على أساس تفضيلات المستثمرين؛
- مساعدة المستثمرين الأجانب لإيجاد الشريك المحلي وتنظيم جولات لتقصي الحقائق في تركيا؛

¹ The Republic of Turkey Prime Ministry Investment Support and Promotion Agency «**Article 3, law number 5523:law for incorporation of investment support and promotion agency of turkey**», date of acceptance : 21/06/2006.

² كريمة فرحي، أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية مع دراسة مقارنة بين الصين، تركيا، مصر والجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013/2012، ص ص 263-264.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- التعريف بمناخ الاستثمار وبفرض الاستثمار في تركيا للمستثمرين الأجانب المحليين والمرتبطين؛
 - الاهتمام بتسجيل تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى تركيا؛
 - رسم السياسات والاستراتيجيات المتعلقة بتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر إلى تركيا.
- أما عن جديد الحوافز التي تقدمها الحكومة التركية للمستثمرين في القطاع السياحي:
- فقد أعلنت وزارة الثقافة والسياحة التركية في أواخر عام 2017 أنها ستطرح مجموعة من الحوافز لجذب المستثمرين المحليين والأجانب إلى قطاع السياحة في البلاد، من بينها إصدار قروض بفائدة منخفضة للمستثمرين.

وذكرت الوزارة أن 1% من عائدات قطاع السياحة سوف تنفق على الإعلان وترويج سوق السياحة التركية في الخارج، وتشير البيانات الرسمية التي أصدرها معهد الإحصاء التركي إلى أن 65 شركة سياحية أجنبية تعمل حالياً في تركيا، ووفقاً لأحد مستشاري وكالة دعم وتشجيع الاستثمارات، برئاسة الوزراء التركية، ستعلن الحكومة التركية قبل نهاية عام 2017 عن حزمة من الحوافز والتسهيلات الخاصة بالمستثمرين الأجانب لاسيما السعوديين والخليجيين ومن هذه التسهيلات أن الدولة ستتكفل بدفع التأمين الاجتماعي على العمالة بدلا من صاحب العمل، كذلك ستدفع الفوائد عن أصحاب المشاريع في حال حصلوا على قروض لتأسيس مشاريع جديدة، وسيتم تسهيل موضوع التأشيرات السياحية التي كانت تشترط المكوث أكثر من ستة أشهر¹.

- تعتبر تركيا من بين الدول التي تعمل على تحسين مناخ الاستثمار عن طريق تقديم مجموعة من الحوافز والتسهيلات والتي تختلف وفقا للمناطق التنموية المختلفة وطبقا للقطاعات المختلفة وتنقسم تركيا إلى ثلاث مناطق مختلفة حسب مستوى التنمية في هذه المناطق: مناطق التطوير التكنولوجي وهي مناطق تم تصميمها خصيصا لدعم أنشطة البحث والتطوير، المناطق الصناعية المنظمة بحيث تتيح هذه المناطق للشركات العمل ضمن بيئة ملائمة للاستثمار من خلال بنية تحتية متوفرة والمرافق الاجتماعية، وتوجد 322 منطقة صناعية منظمة في 80 إقليم ويجري العمل حاليا على 255 منطقة، في حين تعتبر المناطق المتبقية الأخرى قيد الإنشاء في جميع أنحاء تركيا، ومن بين المزايا التي تتوفر عليها هذه المناطق: إنخفاض تكاليف المياه والغاز الطبيعي والاتصالات، إعفاء شراء الأراضي من ضريبة القيمة المضافة والإعفاء من ضريبة العقارات لمدة 5 سنوات بدءا من تاريخ إكمال تأسيس المنشأة، أما النوع الثالث من المناطق وهو المناطق الحرة وهي عبارة عن مواقع خاصة تعتبر خارج منطقة الجمارك بالرغم من أنها تقع فعليا

¹ وزارة السياحة التركية: حوافز لجذب المستثمرين الأجانب إلى قطاع السياحة، من الموقع الإلكتروني:

<https://www.turkpress.co/node/40001> تم الاطلاع يوم 2018/10/01 .

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- ضمن الحدود السياسية للبلاد، ويتم تصميم هذه المناطق بحيث تساعد على زيادة عدد الاستثمارات القائمة على التصدير، وتوجد في تركيا 19 منطقة حرة ومن بين المزايا التي تقدمها هذه المناطق :
- تقديم إعفاءات من الرسوم الجمركية والرسوم المشابهة الأخرى بنسبة 100%؛
 - تقديم إعفاءات لشركات التصنيع من ضريبة الشركات بنسبة 100%؛
 - تقديم إعفاءات من ضريبة القيمة المضافة وضرائب الاستهلاك الخاصة بنسبة 100%؛
 - تقديم إعفاءات من الضريبة العقارية بنسبة 100%؛
 - تقديم إعفاءات من الضريبة على الأرباح وضريبة الشركات لبعض الخدمات اللوجيستية التي سيتم عرضها في المناطق الحرة شريطة أن تكون ذات واجهة تصديرية بنسبة 100%؛
 - يمكن أن يتم الاحتفاظ بالبضائع في المنطقة الحرة لفترة غير محدودة؛
 - يمكن للشركات تحويل الأرباح من المناطق الحرة للخارج وإلى تركيا أيضا بدون قيود؛
 - الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة خلال عمليات الإنشاء والتصميم والتسوية واستصدار الموافقات والاعتمادات؛

- بنية تحتية جاهزة ومعفاة من ضريبة القيمة المضافة والضرائب الأخرى.¹

المطلب الرابع: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية

- سوف نركز في هذا المطلب على الجانب الاجتماعي والثقافي لتركيا وما يميز الشعب التركي بالإضافة إلى تسليط الضوء على البنية التحتية المادية التي تعتبر عصب الاقتصاد التركي والتي ساعدت تركيا على أن تكون ضمن قائمة الدول السياحة في العالم.
- أولا- السمات الاجتماعية والثقافية لدولة تركيا: يتميز الشعب التركي بالعديد من المميزات التي تجعل منه شعبا مضيافا ومسالما:

- يغلب على الحياة الاجتماعية في تركيا الطابع الشرقي حيث أن الشعب التركي يربطه بدول الشرق الأوسط وأواصر تاريخية مشتركة لا يزال يحتفظ بها فتقارب عادات هذا الشعب وتقاليده بالعادات والتقاليد المعروفة في الشرق الأوسط في مختلف نواحي الحياة الاجتماعية والروابط العائلية بين أفرادها لذا فإن ثقافة هذا الشعب تميل بدرجة كبيرة لثقافة شعوب منطقة الشرق الأوسط الإسلامية على الرغم من أن سياسة الدولة التركية متجهة للعالم الغربي منذ تأسيسها.
- إن التنوع العرقي (التركي-الكردي-الأرمني-العربي) والتنوع المذهبي أهم ملامح بنية المجتمع التركي، ويبدو أن لها انعكاسات سياسية جلية، فعلى الصعيد الديني يشكل المسلمون الغالبية العظمى من

¹ المناطق الاستثمارية من الموقع الإلكتروني: <http://www.invest.gov.tr>

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

سكان الدولة، ويوجد في تركيا الأقليات التالية: الأكراد، القوقازيون، اللاز، العجر، العرب البلغار، الأرمن، الألبان، الروم، اليهود... الخ أما عن اللغة الرسمية فهي اللغة التركية كما تنتشر في بعض الأوساط لغات أخرى كالكردية والعربية، ومن أبرز المجموعات العرقية التي تكون النسيج الاجتماعي التركي هم: الأتراك والذين يشكلون نسبة 70% من السكان ويشكلون الأغلبية الساحقة من الشعب التركي بالإضافة إلى الأكراد والذين يشكلون نسبة 20% من السكان، أما العرب فهم المجموعة العرقية الثالثة في تركيا بعد الترك والکرد وهم أقلية.¹

- بدأ المستوى المعيشي للشعب التركي في التحسن منذ أوائل الثمانينات الميلادية في عهد ترغوت أوزال Turgut Ozal الذي عمل على زيادة دخل الفرد بزيادة رواتب الموظفين بنسب عالية في بداية كل سنة مالية وفتح أبواب تركيا على مصرعيها أمام المستثمرين الأجانب وتطبيق سياسة السوق الحرة ودعم الشركات التركية لتسويق بضائعها إلى دول الشرق الأوسط والعالم الغربي ووصل نصيب الفرد من الدخل الوطني الواحد في أوائل التسعينات إلى ما يقارب 4000 دولار أمريكي، كما شهدت تركيا نهضة اقتصادية شاملة في عهد حكومة الزعيم رجب طيب أردوغان ليصل نصيب الفرد الواحد من الدخل الوطني في السنوات الأخيرة إلى أكثر من 30000 دولار أمريكي في بعض المحافظات التركية الكبرى والصناعية وبمعدل يفوق 18000 دولار أمريكي على المستوى العام لتركيا.
- تواجد الجاليات العربية في أكبر المدن التركية مثل مدينة اسطنبول كما تتواجد في العاصمة التركية أنقرة جاليات عربية من مختلف الجنسيات.
- يغلب الطابع الشرقي على المطبخ التركي والذي يشتهر بلذة مأكولاته وكثرة أنواعها حيث كان للثراء الطبيعي الذي تنعم به تركيا وخصوبة الأراضي التركية ووفرة المياه والأنهار والبحار الأثر الكبير على تطور ثقافة المأكولات التركية على مر العصور.²

ثانياً- مقومات البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة تركيا: يوفر اقتصاد تركيا المتنامي فرصاً مميزة للاستثمار في البنية التحتية من خلال عقود الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص عبر مختلف القطاعات، بما في ذلك النقل وخدمات الرعاية الصحية، الأمر الذي يتيح للقطاع الخاص إنشاء المطارات والموانئ وغير ذلك من مكونات البنية الأساسية.

¹ وليد دوزي، أثر المجموعة العرقية الكردية على أزمة الهوية الوطنية في تركيا، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2017/2016، ص ص 145-146.

² الملحق الثقافية السعودية بتركيا، الدليل الإرشادي للطالب والباحث السعودي في تركيا، أنقرة، تركيا، 2012، ص ص 6-7.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

1. قطاع النقل:

- النقل البري: تستحوذ الطرق البرية في تركيا على حوالي 92% من مجموع الحركة الداخلية للشحن في البلد وتهيمن الطرق البرية على نسبة 94% في مجال النقل الداخلي للركاب، حيث يبلغ طول الطرق البرية في تركيا 63 ألف و473 كلم وتم في السنوات الأخيرة توسيع شبكة الطرق السريعة إذ بلغ طول الطرق الفرعية والجانبية 30 ألف و386 كلم مع نهاية سنة 2004، كما تشكل الطرق السريعة البالغة 3200 كلم العمود الفقري للطرق البرية في تركيا.¹
- ومازالت الحكومة التركية تواصل الاستثمار في تحديث وتوسيع نطاق البنية التحتية للطرق القائمة وذلك لتحسين إتصال المناطق الصناعية الرئيسية مثل إسطنبول، بورصة، أزمير ومنطقة أنقرة الكبرى، خاصة في إسطنبول والتي يقدر عدد سكانها بين 14 و20 مليون نسمة وذلك لثقل تدفق حركة المرور فيها على مدار السنة.
- ولا تزال الحكومة التركية تدير شبكة الطرق ولكنها فتحت المجال أمام القطاع الخاص للاستثمار في الطرق المحلية بما في ذلك الجسور، حيث يعتبر الطريق السريع E5 بين اسطنبول وأنقرة وكذلك عبر أوروبا قلب شبكة الطرق التركية بطول إجمالي تقريبا 85.748 كلم وتمر الطرق السريعة العابرة لأوروبا عبر بولندا، النمسا، البوسنة والهرسك، بلغاريا، كرواتيا، جمهورية التشيك، هنغاريا، إيطاليا، ورومانيا وسلوفاكيا وتركيا.² والشكل التالي يمثل شبكة الطرق في تركيا.

¹ المواصلات في تركيا، من الموقع الإلكتروني/ file:///C:/Users/PC/Desktop/ 2018/10/03 تم الاطلاع يوم

² Stefan Iskan, Peter Klaus, *Transport logistics and supply chain services in turkey*, UTIKAD, Association of international forwarding and logistics service providers turkey, Istanbul, 2013, p.32

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الشكل رقم (2-1): شبكة الطرق في تركيا



Source: Stefan Iskan, Peter Klaus, Transport logistics and supply chain services in turkey, UTIKAD, Association of international forwarding and logistics service providers turkey, Istanbul, 2013, p.32

السكك الحديدية: مصلحة السكك الحديدية للجمهورية التركية بخطها البالغ 10 آلاف و984 كيلومتر تتولى خدمات نقل الركاب والبضائع وتشكل الخطوط الرئيسية 8 آلاف و697 كيلومتر والخطوط الفرعية ألفين و287 كيلومتر، إذ أن 95% من هذا الخط ذي المسار الأحادي و21% من الخط يعمل كهربائياً - مؤشراً ضوئياً و24% منه مؤشراً و4% خط ذو مسارين و0.3% ذات أربعة مسارات، وقد تم نقل 26.049.853 راكب في عام 2004 وتقع خطوط السكك الحديدية التركية على أقصر ممر دولي بين آسيا وأوروبا أين يلتقي ممر النقل الأوروبي رقم 4 مع خطوط السكك الحديدية التركية.¹

- النقل الجوي: تعتبر تركيا من بين أبرز الدول التي حققت نمواً سريعاً في مجال النقل الجوي، ونتيجة لأنها دولة متمركزة في مفترق طرق أوروبا وآسيا وإفريقيا ولبروزها أيضاً كوجهة سياحية جذابة فإن حركة المسافرين والبضائع للبلاد نمت بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة.

حيث ارتفع عدد المطارات في تركيا من 26 مطار في سنة 2002 إلى 55 مطار في سنة 2017.² ومن بين أهم المطارات الدولية في تركيا مطار أتاتورك الدولي في مدينة إسطنبول، مطار آيسن بوغا شرق العاصمة

¹ أحمد نصير، سليمان زواري فرحات، مرجع سابق، ص 114.

² Republic of turkey, investment support and promotion Agency, *investing in infrastructure and public private partnership in turkey*, April 2018, p.20

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

التركية أنقرة، مطار أزمير، مطار طرابزون، مطار دالامان يقع في جنوب تركيا، مطار ميلاس بودروم ومطار أنطاليا الدولي.¹

والخطوط الجوية التركية هي شركة الطيران الوطنية التركية والتي تعتبر واحدة من شركات الطيران الكبرى على مستوى أوروبا والعالم، كما تعتبر من ضمن أعلى شركات الطيران في العالم حسب مجموعات شركات الطيران والخطوط الجوية من حيث عدد الركاب في العالم، حيث احتلت شركات الطيران التركية المركز العاشر من حيث عدد الركاب أما شركات الطيران الأمريكية قد قادت ربحية شركات الطيران العالمية في عام 2015 وكانت هي الأفضل أداء في جميع التصنيفات العالمية الإيرادات، الأرباح التشغيلية والركاب، وحقت الشركات الأوروبية كذلك نجاحا في عام 2015، أما في الشرق الأوسط كانت شركة طيران الإمارات هي شركة الطيران الوحيدة التي تم وضعها ضمن أفضل شركات طيران مربحة في عام 2015.²

وتعتبر تركيا من بين الدول التي طبقت نموذج الشراكات بين القطاعين العام والخاص من أجل تطوير القطاع السياحي، حيث عمل هذا النموذج بشكل فعال للغاية في الوقت الذي أراد فيه القطاع العام الانسحاب من قطاع السياحة تدريجيا لصالح القطاع الخاص، حيث ساعد نموذج الشراكات بين القطاع العام والخاص تركيا في الحصول على مطارات دولية جديدة في بعض المدن الكبرى مثل أنطاليا وأزمير.³

2. قطاع الاتصالات: لقد أصبح قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تركيا يشكل دعامة أساسية من دعائم الاقتصاد التركي، حيث يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على عالم الأعمال الذي يشهد تغيرات مستمرة، كما أن له تأثير كبير على الصعيد الاجتماعي، كما تدرك الحكومة التركية جيدا الدور الكبير الذي سيشغله هذا القطاع في المستقبل، لذا تسعى جاهدة لتركيز اهتمامها بهذا القطاع من خلال اقتناء الحلول الحديثة والفعالة والتكنولوجيا المتقدمة في جميع التخصصات، وتتمثل أهم المؤشرات التي حققها هذا القطاع في:⁴

- وصل إجمالي عدد مشتركى الهواتف النقالة 75 مليون مشترك عام 2016 في حين بلغ عدد مشتركى الهواتف النقال في عام 2002 حوالي 23 مليون مشترك وذلك في ظل زيادة عدد السكان الذين يغلب عليهم عنصر الشباب واتساع السوق الإلكترونية.

¹ المطارات الدولية في تركيا، متوفرة على الموقع <https://mawdoo3.com>

² European Commission , *Annual Analyses related to the EU Air transport Market 2016, 2017*, p.12

³ مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، أنقرة، تركيا، 2015، ص 46.

⁴ الاتصالات والمعلومات متوفرة على الموقع <http://www.invest.gov.tr> تم الاطلاع يوم 2018/07/16.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- من المتوقع أن يزيد إنفاق تكنولوجيا المعلومات الموجه إلى الأجهزة والبرمجيات وخدمات تكنولوجيا المعلومات وخدمات الاتصال في تركيا ليصل إلى 35 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2018.
- 76.3% من القطاع العائلي في تركيا لديها اتصال الإنترنت.
- 62.2 مليون مشترك في خدمة الإنترنت السريع في عام 2016، بعد أن كان 0.1 مليون في عام 2002 .
- 58.8 مليون مستخدم لبطاقات الائتمان في عام 2016، ارتفاعاً من 16 مليون مستخدم في عام 2002 .
- 3. الخدمات التعليمية: اهتمت الحكومات التركية بالجانب التعليمي منذ تأسيس الجمهورية التركية عام 1923، وقد كانت الجامعات التركية محط أنظار الطلبة من خارج تركيا في أواخر القرن العشرين الماضي، ولكن القفزة الكبرى في مستوى التعليم وتوسعه في تركيا تزايدت منذ وصول حزب العدالة والتنمية إلى السلطة عام 2002 وحتى الآن، حيث أن السياسة التعليمية التي مارسها هذا الحزب بدأت بحركة إصلاح جذرية في مجال التعليم وهذه السياسة التعليمية حققت العديد من الإنجازات وبالأخص فيما يلي:¹
- زيادة كبيرة في عدد الصفوف المدرسية، ثورة تكنولوجية في التعليم، أنترنت سريع للمدارس، تحديث المناهج والمفردات الدراسية، دعم تام لطلبة الجامعات؛
- جامعات في كافة المدن حيث قامت الحكومة التركية بزيادة عدد الجامعات في تركيا من 76 جامعة في سنة 2002 إلى 162 جامعة، بحيث لم تعد هناك أي مدينة خالية من الجامعات والكليات ؛
- جامعات ذات معايير عالمية حيث قامت الحكومة التركية برفع ميزانية الجامعات الرسمية من 2.5 مليار ليرة عام 2002 إلى 11.5 مليار ليرة عام 2011، وبذلك مهدت الحكومة الطريق أمام ارتفاع مستوى الجامعات إلى مستويات عالمية؛
- مضاعفة عدد المعلمين وتحسين ظروفهم حيث قامت الحكومة برفع مرتبات المعلمين والمدرسين بنسبة 200% سواء بالمقارنة مع الليرة التركية أو الدولار الأمريكي؛
- مضاعفة المنح الدراسية 7 مرات مع فتح حسابات مصرفية للأمهات ووليات أمر الطلبة مع رفع كافة معوقات التعليم.
- وحققت تركيا تقدماً كبيراً في زيادة معدلات الالتحاق بالمدارس، فاعتباراً من الموسم 2015/2014 حققت معدل الالتحاق بالمدارس الابتدائية يكاد يكون عالمياً بنسبة 96.3%، أما معدلات الالتحاق بالمدارس

¹ مجلة Mugtama، متوفرة على الموقع www.Mugtama.com العدد 2102، 2016، ص ص 14-15.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الثانوية بلغت نسبتها 79.4%¹. وتوسعى الحكومة بنشاط إلى زيادة معدلات الالتحاق بالمدارس الثانوية من خلال قيام قطاع التربية في تركيا بإقرار نظام تعليم جديد وهو 4+4+4 وهو نظام تعليمي يهدف لجعل نظام التعليم العام ينقسم إلى ثلاثة مراحل كل مرحلة 4 سنوات دراسية ليكون المجموع 12 سنة من التعليم الإلزامي، علما أنه سبق أن تم في العام 1997 قبول نظام 3+5 للتعليم العام أي نظام تعليم يتكون من 8 سنوات دراسية، لذلك فهذا الإصلاح يهدف إلى تمديد مدة التعليم الإلزامي بالإضافة إلى أنه حمل معه تغييرات في المناهج الدراسية.²

4. **الخدمات الصحية:** الأناضول هي مركز الصحة في إقليمها منذ العصور القديمة، منابع المياه الحرارية وأماكن الاستشفاء التاريخية هي من الأمثلة التقليدية المعروفة ضمن الخدمات الصحية التركية، حيث حققت تركيا بشكل سريع ومثمر المعايير العالمية في السنوات العشرة الأخيرة من خلال إتباعها برنامج التطور في مجال الصحة، ويتيح هذا البرنامج استفادة الآلاف من المرضى الدوليين سنويا من الخدمات الصحية من الدرجة الأولى إلى جانب المواطنين الأتراك.

كما ينص البند رقم 60 من الدستور أن الجميع له الحق في الحصول على حماية الدولة لذا تؤسس الدولة التجهيزات اللازمة وتأخذ التدابير اللازمة لها لتحقيق غايتها المرجوة، بالإضافة إلى ذلك ينص البند رقم 59 من الدستور بأن الدولة تسعى لتأمين استمرارية صحة الإنسان معنويا وبدنيا.³

ولقد أكدت الحكومة التركية التزامها بإصلاحات الرعاية الصحية وذلك بتنفيذ برنامج "تحويل الرعاية الصحية" الذي قدمته وزارة الصحة عام 2004، وشهدت هذه الإصلاحات تحسنا ملحوظا في نظام الرعاية الصحية في تركيا ودعمتها الاستثمارات في كلا من البحث والتطوير والابتكار في هذا القطاع، والجدول التالي يوضح تطور عدد المؤسسات الطبية وإجمالي عدد أسرة المستشفيات في دولة تركيا.

¹ الموقع الإلكتروني <http://www.infomedia.ma> تم الاطلاع يوم 2018/09/16.

² أحمد نصير، سليمان زواري فرحات، تحليل وتقييم إستراتيجية التنمية المحلية في الدول الناشئة حالة تركيا للفترة 2002-2015، مجلة ميلاف

للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، العدد الرابع، 2016، ص 112.

³ الرعاية الصحية في تركيا مستشفيات معاصرة وإمكانات حضارية واسعة متوفرة على الموقع <https://www.turkey-post.net> تم الاطلاع يوم 2018/07/15.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-14): تطور عدد المؤسسات الطبية وإجمالي عدد أسرة المستشفيات لكل 1000 نسمة خلال الفترة 2010-2018

السنة	العدد الإجمالي للمؤسسات الطبية	العدد الإجمالي لأسرة المستشفيات	عدد أسرة المستشفيات لكل 1000 نسمة
2010	26993	200239	2.72
2011	27997	194504	2.60
2012	29960	200072	2.65
2013	30116	202031	2.64
2014	30176	206836	2.66
2015	30449	209648	2.66
2016	32980	217771	2.73
2017	33587	225863	2.79
2018	34559	231913	2.83

المصدر: معهد الإحصاء التركي

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ بأن عدد المؤسسات الطبية في تركيا بلغ 34559 مؤسسة إستشفائية في سنة 2018 بينما كان عددها في سنة 2010 حوالي 26993 مؤسسة إستشفائية أي بزيادة تقدر ب 21.89% خلال تسع سنوات الأخيرة، كما نلاحظ أن عدد أسرة المستشفيات لكل 1000 نسمة في تحسن ملحوظ خاصة خلال السنوات الأخيرة وهذا ما يفسر مدى الأهمية التي أولتها الحكومة التركية لهذا القطاع وجعلت منه قطاعا جاذبا لنوع آخر من السياحة ألا وهي السياحة العلاجية، ويمكن حصر نقاط القوة التي تتميز بها تركيا بخصوص هذا النوع من السياحة في:¹

- وجود خطوط طيران متفوقة (خطوط الطيران التركية) التي تمتاز بأكثر عدد من محطات الوصول في العالم؛
- التنافس الذي دخله قسم هام من مؤسساتها الصحية إلى المستوى الذي يمكن أن تتنافس فيه مع لغرب من حيث بنيتها التحتية التكنولوجية وريادة مشافي التدريب والأبحاث في المجال الصحي في مناطقها؛
- تركيا تقع في الترتيب الثاني عالميا من ناحية المستشفيات المعتمدة من قبل اللجنة الدولية لاعتماد مؤسسات الرعاية الصحية؛

¹ الصحة في تركيا ، من الموقع الإلكتروني: <http://www.healthserviceturkey.com> تم الاطلاع يوم 2018/07/15.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

- كما أن أحد أهم ميزات تركيا في مجال السياحة الطبية هو احتوائها على العديد من الينابيع الحارة، إذ تعد الأولى أوروبا من ناحية عدد الينابيع الحارة الموجودة فيها؛
 - وجود صورة إيجابية في بعض البلدان حول تركيا؛
 - المناخ التركي الذي ينقسم إلى أربعة فصول بكاملها؛
 - وجود الأناضول مركز الحضارات ومعرض جذب تاريخي وسياحي؛
 - عدد السكان في الدول المحيطة بتركيا يصل إلى مليار شخص وكلهم على بعد ثلاث ساعات طيران من تركيا؛
 - وجود موارد بشرية تنطوي على مختصين ذوي كفاءة في أعلى مستويات الاختصاصات في الكوادر الطبية؛
 - رخص تكاليف الرعاية الصحية في تركيا مقارنة بغيرها من البلدان.
- كما تجدر الإشارة بأن المرضى القادمين إلى تركيا يختارون هذه الوجهة نظرا لجودة الخدمات الطبية التي يتلقونها في تركيا، حيث أن عدد كبير من المراكز الصحية حائزة على شهادة ISO 9001 الخاص بالخدمات الطبية وعدا ذلك يوفرون للمرضى راحة الفنادق بمستوى الخمس نجوم، كما تتوافر بها مجمعات الصحة المركبة، هذه الأخيرة هي مرافق صحية من الجيل الجديد تستثمر بإقامة الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص تحت مراقبة وزارة الصحة التركية، هذه الفنادق الصديقة للبيئة والقابلة للاستمرار والمقاومة للزلازل وتمتلك الأنظمة التشغيلية الذكية تقدم تجربة لا مثيل لها تفوق في مستواها المعايير الأوروبية.

المبحث الرابع: مؤشرات قطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا

إن توفر مناخ الاستثمار الملائم في جميع القطاعات ومنها القطاع السياحي من شأنه أن يحسن من مؤشرات السياحة الوطنية في أية دولة سياحية، فالمناخ الاستثماري المشجع يساعد على جذب السياح لتلك المنطقة السياحية، هذا ما يشجع الاستثمار السياحي في تلك المنطقة نتيجة زيادة الطلب السياحي على مختلف الخدمات السياحية من المنتجعات السياحية وأماكن الإيواء المختلفة من فنادق مختلفة التصنيف والشقق الفندقية، كما أن زيادة عدد السياح الأجانب يؤدي إلى زيادة إيرادات السياحة الدولية وهذا ما يؤدي إلى انتعاش الاقتصاد الوطني وتطور مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى كقطاع النقل وقطاع الاتصالات والصناعات التقليدية لما لها من علاقات مترابطة مع القطاع السياحي.

المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الإمارات العربية المتحدة

لقد حققت السياحة في الإمارات العربية المتحدة نتائج لا بأس بها في السنوات الأخيرة، سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو حصيلة الإيرادات السياحية وخاصة أن دولة الإمارات العربية المتحدة تتميز بسياحة الأعمال، وفي هذا المطلب سوف نقوم بعرض المؤشرات المرتبطة بقطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة من حيث تطور الطاقة الفندقية وعدد السياح الوافدين وحصيلة الإيرادات السياحية.

أولاً- مؤشر الطاقة الفندقية: تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين للدولة السياحية، وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي يمكن بواسطتها قياس مدى تقدم هذا القطاع في البلد المستضيف، فطاقات الإيواء تعتبر مورداً من موارد الربح والحصول على العملات الأجنبية كما تعتبر من بين المقومات والإمكانيات التي تساعد على جذب السياح وإيوائهم وتقدم لهم مختلف الخدمات لراحتهم، والجدول التالي يوضح تطور طاقات الإيواء حسب عدد الأسرة وحسب الفئة في الإمارات العربية المتحدة :

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-15): تطور الطاقة الإيوائية حسب الفئة في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018.

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	الفئة
772	726	702	684	660	592	561	559	522	الفنادق
355	355	25	22	-	145	142	163	167	فندق نجمة واحدة
		18	28	-	71	69	71	62	فندق نجمتين
		315	305	-	108	100	97	94	فندق ثلاث نجوم
222	196	178	172	-	135	130	122	108	فندق أربع نجوم
195	175	166	157	-	133	120	106	91	فندق خمس نجوم
334	332	358	372	367	347	339	312	358	الشقق الفندقية
-	146	94	93	-	83	-	-	-	فاخرة
-	-	35	60	-	64	-	-	-	عادي
-	186	229	219	-	200	-	-	-	سياحي
1106	1058	1060	1056	1027	939	900	871	880	المجموع

المصدر: الهيئة الاتحادية للإحصاء، متوفرة على الموقع: <http://fcsa.gov.ae/ar-ae>.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن الطاقة الفندقية في دولة الإمارات العربية المتحدة في تطور مستمر من حيث العدد الإجمالي من سنة إلى أخرى حيث كانت 522 منشأة فندقية في سنة 2010 لتصل إلى 772 منشأة فندقية في سنة 2018، كما نلاحظ أيضاً أن الفنادق خمس نجوم تأخذ حصة معتبرة خلال كل سنة باعتبار أنها توفر خدمات راقية للسياح أصحاب الدخل المرتفع والوافدين إلى الإمارات العربية المتحدة إما لغرض الأعمال أو المؤتمرات... الخ، إضافة إلى توفر فنادق ثلاث نجوم والتي تستهوي الكثير من السياح أصحاب الدخل المتوسطة وهذا بفضل سعي الحكومة الدائم إلى دعم الفنادق المتوسطة، فمن الملاحظ أن هناك تنوع في معروضات قطاع الضيافة في الإمارات ففي إمارة دبي مثلاً هناك عدد معتبر

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

من فنادق ثلاث نجوم وأربع نجوم، أما عن مدينة أبوظبي والتي تحتوي فنادق فاخرة واسعة الشهرة ومنتجعات شاطئية وعادة ما تقدم المنشآت الفنادق ذات 5 نجوم في أبوظبي خصما أكبر من ذلك المقدم في فنادق دبي نظرا للفجوة الواسعة بين العرض والطلب في الإمارة، ومن جهة أخرى نلاحظ أن سوق الشقق الفندقية له أداء قوي في الإمارة، بحيث يحقق أداء أعلى من أداء السوق بشكل عام وخاصة في شهر رمضان حيث تفضل العائلات الخليجية الراحة والخصوصية التي توفرها لهم تلك المنشآت، أما في إمارة العين فيعد القطاع الترفيهي عامل الجذب الرئيسي للطلب في هذه الإمارة، حيث تستقبل مدينة "الحدائق" في الإمارات العربية المتحدة حاليا ضيوفها في سوق تهيمن على غالبية الفنادق الفاخرة، حيث ينتمي أكثر من 60% من الفنادق المتاحة إلى فئتي 4 و5 نجوم، وعن الإمارات رأس الخيمة وعجمان والفجيرة فيتركز المعروض في تلك الوجهات الساحلية الشهيرة على تقديم الفنادق ذات 5 نجوم المنتمية إلى فئة الفنادق الفاخرة ذات الأسعار المقبولة، أما عن الفنادق منخفضة الجودة مثل الفنادق ذات فئة 3 نجوم والشقق الفندقية العادية فتقع في مراكز المدن، أما عن إمارة رأس الخيمة فتتوجه بشكل خاص نحو المنشآت الفاخرة عالية الجودة. وبالنسبة لتطور عدد نزلاء المنشآت الفندقية وليالي إقامتهم في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018 فهي موضحة في الجدول التالي:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-16): تطور عدد نزلاء المنشآت الفندقية وليالي إقامتهم في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018.

المؤشرات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد النزلاء	9 582 531	11 015 679	12 477 041	13919566	19 685 904	21 417 611	22 868 489	24 633 790	25 548 966
ليالي الإقامة	24 007 139	30 892 681	34 990 487	40495515	63 704 817	69 766 747	73 854 531	78179269	80343014
عدد الغرف	-	81468	87254	92795	141 396	148 632	155 704	162 225	173 086
نسبة الأشغال %	1	81	42	48	62	75	75	76	73

المصدر: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء، من الموقع الإلكتروني: <https://fcsa.gov.ae/ar-ae> تم الاطلاع يوم 2018/12/14.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ عدد نزلاء المنشآت الفندقية في الإمارات العربية المتحدة شهد تزايداً مستمراً من سنة إلى أخرى، حيث قدر عدد ليالي الإقامة في سنة 2010 أكثر من 24 مليون ليلة ليرتفع العدد إلى 80 مليون ليلة سياحية في سنة 2018، ففي إمارة أبو ظبي لازال قطاع الشركات مستحوذاً على النصيب الأكبر من الطلب على قطاع الضيافة في عاصمة الدولة متركزاً بشكل قوي في الطلب الآتي من الجهات الحكومية وسياحة المؤتمرات والمعارض، إلا أن هيئة أبوظبي للسياحة والتسويق تسعى جاهدة خلال السنوات الأخيرة إلى تسويق الإمارة كوجهة سياحية مناسبة جداً لقضاء العطلات الترفيهية لكل العائلات، أما بالنسبة للشارقة ورأس الخيمة والإمارات الشمالية، فالشارقة تعتبر إحدى النقاط المركزية للسياحة التراثية في الدولة حيث ركزت هذه الإمارة على إبراز هويتها الإسلامية والترويج لجذورها التراثية الشائخة، كما يركز قطاع الفنادق في الفجيرة وعجمان ورأس الخيمة بالدرجة الأولى على الترفيه وقد استحوذ في الآونة الأخيرة

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

على الطلب من الوجهات السياحية المنافسة ذات الأسعار المتوسطة مثل شرم الشيخ، وتونس وجنوب تركيا، وتتمتع الإمارات الشمالية بإقبال كبير من الزوار خلال العطلات الرسمية في الدولة، حيث يسعى سكان العين ودبي ومدينة أبوظبي لقضاء عطلة محلية منخفضة التكلفة في منتجعات ذات علامات تجارية عالمية عالية الجودة مع القرب من منازلهم في ذات الوقت.

أما بالنسبة لمؤشر معدل الإشغال فنلاحظ أن القطاع الفندق في الإمارات العربية المتحدة حقق معدلات جيدة من حيث الإشغال فاقت نسبة 70% ابتداء من سنة 2015.

ثانياً- مؤشر عدد السياح الوافدين: لقد أبدت دولة الإمارات العربية المتحدة اهتماما كبيرا بالقطاع السياحي ضمن سياساتها وذلك من خلال تطوير هياكل البنية التحتية وإقامة مرافق تلبي احتياجات السياح إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندق ومختلف القطاعات المساندة كالنقل والمواصلات، فضلا عن توجه الدولة نحو إقامة الفعاليات والمهرجانات التي كان لها دور كبير في استقطاب السياح من شتى أقطار العالم، وتعتبر الإمارات العربية المتحدة من بين الدول الأكثر جذبا للسياح ومن أكثر عشر وجهات سياحية نموا في العالم وفق منظمة السياحة العالمية، وعن تطور عدد السياح الوافدين إلى الإمارات العربية المتحدة سنوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-17): تطور عدد السياح الوافدين للإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2017

الوحدة: مليون سائح

السنوات	2010	2014	2015	2016	2017	معدل التغير %			
						14/13	15/14	16/15	17/16
عدد السياح الوافدين	7.4	13.2	14.2	14.8	15.7	32.1	7.6	4.7	6.2

Source: World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights, Edition 2018, p.18

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى الإمارات في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى، حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الإمارات العربية المتحدة في سنة 2010 حوالي 7.4 مليون سائح ليرتفع هذا العدد في سنة 2014 إلى حوالي 13.2 مليون سائح ليستمر الارتفاع أيضا في سنة 2015 إلى 14.2 مليون سائح أي بمعدل نمو قدره 7.6% بالنسبة لسنة 2014 ليستمر عدد السياح

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الوافدين في الارتفاع ليصل إلى 14.9 مليون سائح في سنة 2016 أي بمعدل زيادة قدره 4.7% بالنسبة للسنة الماضية، ثم بلغ عدد السياح الوافدين في سنة 2017 حوالي 15.7 مليون سائح أي بمعدل تغير قدره 6.2% بالنسبة لسنة 2016، كما تستهدف الإمارات العربية المتحدة استقطاب 20 مليون سائح في سنة 2020.

وتجدر الإشارة إلى أن النمو المستمر في عدد السياح يعود إلى الخيارات المتاحة التي توفرها الدولة أمام السياح وكذلك بفضل القرارات والإجراءات التي اتخذتها الحكومة الإماراتية لتعزيز جاذبية الدولة كإلغاء تأشيرات الدخول المسبقة للعديد من الأسواق الهامة مثل السوق الصيني والسوق الروسي، كما أن التنوع الاقتصادي الذي تتمتع به الدولة يدعم عملية التوسع في الاستثمارات السياحية ومشاريع البنية التحتية ذات الصلة بالقطاع السياحي، إضافة إلى مواصلة عمليات الإنشاء والبناء لناطحات السحاب والحدائق العامة والمتنزهات ومراكز التسوق ذات المستوى العالمي، الأمر الذي يتيح ارتفاع عدد السياح وعدد المستثمرين في القطاع السياحي.

ثالثاً- مؤشر الإيرادات السياحية: لقد حققت الإمارات نهضة رائعة في جميع القطاعات بما فيها القطاع السياحي وأصبحت وجهة سياحية يشار إليها على خارطة السياحة العالمية، فالارتفاع المستمر لعدد السياح الوافدين إلى الإمارات العربية المتحدة أدى إلى زيادة حصيلته الإيرادات السياحية خاصة خلال السنوات الأخيرة وهذا بفضل الجهود التي اتبعتها الدولة للترويج للسياحة الإماراتية، والجدول التالي يوضح الإيرادات السياحية للإمارات العربية المتحدة .

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-18): الإيرادات السياحية للإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2010-2018
الوحدة: \$ 1000

السنة	الإيرادات السياحية للإمارات العربية المتحدة (بالأسعار الجارية للدولار أمريكي)
2010	8577000
2011	9204000
2012	10924000
2013	12389000
2014	15221000
2015	17481000
2016	19496000
2017	21048000
2018	21390000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على إحصائيات البنك الدولي المتوفرة على الموقع الإلكتروني:

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD/consulte> le 14/12/2018.

- World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights, Edition 2018, p. 18

من خلال معطيات الجدول نلاحظ بأن الإيرادات السياحية للإمارات العربية المتحدة عرفت ارتفاعا ملحوظا حيث قدرت الإيرادات السياحية في سنة 2010 ما يقارب 8 مليار دولار لتصل إلى 17 مليار دولار في سنة 2015 وبعدها ترتفع كذلك قيمة الإيرادات السياحية في سنة 2016 لتبلغ 19 مليار دولار وتصل إلى أكثر من 21 مليار دولار في سنة 2018 وهذا الارتفاع يعود إلى التزايد المستمر لعدد السياح الوافدين إلى الإمارات وذلك لتنوع المنتج السياحي الذي تقدمه كل إمارة من الإمارات الدولة من خيارات سياحية تجمع بين الحدائق والتاريخ والمعالم الطبيعية والصناعية الجاذبة، كما أن الجهود الترويجية التي تقوم بها مختلف الهيئات الرسمية لها أثر بالغ الأهمية في نمو التدفق السياحي إلى الإمارات.

وتجدر الإشارة أن السياسات والعمليات السياحية التي تتبعها الإمارات العربية المتحدة في الوقت الراهن تستهدف كل إمارة من الإمارات السبع على حدة، حيث أنه لكل إمارة من الإمارات هيئة أو دائرة سياحية مسؤولة عن كافة الجوانب المتصلة بالسياحة على غرار العمليات واللوائح التنظيمية والتطوير والموارد البشرية والتسويق للمقاصد وغيرها، وفي هذا السياق:

- تعتمد دبي وهي المقصد السياحي الأبرز في الإمارات العربية المتحدة إستراتيجية سياحية تركز على ثلاث أهداف رئيسية: الحفاظ على ما تتبع به من حصة وزخم في الأسواق المصدر القائمة، وزيادة

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

حصتها في الأسواق التي تتصف بإمكانات عالية للنمو، بما في ذلك الأسواق الناشئة، وزيادة في عدد الزوار المتكررين من جميع الأسواق؛

- أما الإستراتيجية السياحية في أبوظبي فتهدف إلى المساهمة في الرؤية الوطنية الداعية إلى التنوع الاقتصادي، من خلال تسليط الضوء على أبوظبي والترويج لها كمقصد غني بأصالته الثقافية ومعالمه الطبيعية المتنوعة ومرافق الاستجمام والترفيه العائلي الفريدة.¹

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المغرب

يعتبر القطاع السياحي أحد أهم القطاعات الداعمة لاقتصاد المملكة المغربية والذي ساهم في إعطاء دفعة قوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولهذا أولى المغرب للنشاط السياحي مكانة هامة في سياسته التنموية. أولاً- مؤشر الطاقة الفندقية: لقد قام المغرب بعدة برامج ومخططات تنموية في مجال تطوير البنية التحتية ومجال خدمات الإيواء وذلك من أجل تحسين جودة المنتج السياحي واستقطاب عدد أكبر من السياح في المنطقة، والجدول التالي يوضح تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة وحسب المدن:

الجدول رقم (2-19): تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة وحسب المدن السياحية في المغرب خلال الفترة 2010-2016:

المدن السياحية	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	نسبة التغير /2015 2016	حصة 2016 %
مراكش	55355	60844	62917	64587	65730	70950	73993	4	30
أغادير	29506	31774	34164	34968	37405	38021	38800	2	16
الدار البيضاء	13732	14170	15344	16273	16629	17245	20037	16	8
طنجة	7685	7680	7920	8820	9706	10153	11256	11	5
فاس	7458	8074	8374	8764	9286	9532	9844	3	4

¹ تقرير آبي حول اتجاهات السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، لجنة منظمة السياحة العالمية للشرق الأوسط، مصر، 2018، ص 06.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ورزازات	7674	5514	4965	5017	4313	3298	1723	2849	174019
وجدة	7866	6731	5089	5050	4817	3333	2828	2933	187874
الرباط	8281	7205	5485	5693	5153	3460	3133	3024	200091
تطوان	8537	8105	5741	5705	5280	3540	4893	3088	211974
الصويرة	8698	8259	5842	6116	5562	4286	5012	3088	221611
مكناس	8766	8343	5842	6638	5876	4404	5052	3280	231334
افران	9167	8457	5935	7122	6090	4430	5092	3333	242624
الجديدة	5	1	2	7	4	1	1	2	5
المجموع	4	3	2	3	3	2	2	1	100

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، من الموقع الإلكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma>

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن المملكة المغربية سعت قدر الإمكان لتطوير البيئة التحتية السياحية، حيث نلاحظ زيادة في حجم الطاقة الإيوائية اللازمة لاستقبال السياح، حيث بلغ معدل النمو نسبة 5% إذا ما اعتمدنا على التباين بين سنتي 2015 و2016 وزيادة تقدر بـ 11290 سرير، ونلاحظ أيضا أن توزيع الطاقة الإيوائية يتركز في أبرز المدن السياحية في المغرب وما نلاحظه أيضا أن المغرب يقدم العديد من الاختيارات التي تتناسب مع كافة الرغبات فنجد أن مدينة مراكش حظيت على النصيب الأكبر بنسبة 30% في سنة 2016 حيث أصبحت مراكش قبلة للسياحة العالمية فهي مدينة عريقة وتعتبر واحدة من بين المدن التاريخية العريقة بالمغرب وتشتهر بصناعاتها التقليدية وتقام بها العديد من المهرجانات التي أصبحت تمثل قبلة للعديد من السياح وخاصة الأجانب منهم مثل مهرجان الفنون الشعبية، المهرجان الدولي للفيلم ومهرجان الواحة فهي بذلك تعتبر وجهة وعرضا للسياحة الثقافية والتاريخية.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ثم تلتها بعد ذلك أغادير بنسبة 16% من مجموع عدد الأسرة، في حين إحتلت الدار البيضاء المرتبة الثالثة من حيث الطاقة الإيوائية باعتبارها العاصمة الاقتصادية للدولة، وهي مدينة حديثة تضم تراث يزخر بمختلف العادات والتقاليد والفنون، وتعتبر كل من أغادير والدار البيضاء وجهة للسياحة الشاطئية باعتبار أنهما تطلان على المحيط الأطلسي حيث يمكن ممارسة أنواع عديدة من الرياضات كما تتوفران على مراكز ترفيهية وأماكن للإيواء، وبعدها تأتي كل من طنجة بمعدل 5% وكل من فاس و ورزازات بمعدل 4%، هذه المدينة التي تسمى أيضا مدينة السينما المغربية بحيث تضم العديد من المباني التاريخية التي تستخدم في تصوير الأفلام العالمية، كما مدينة ورزازات تلعب دورا هاما في تنشيط السياحة الجبلية والسياحة الصحراوية. أما عن معطيات تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب الأسرة وحسب الفئة فهي ممثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-20): تطور الطاقة الإيوائية حسب عدد الأسرة وحسب الفئة في المغرب خلال الفترة 2010-2016.

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	الفئة
14826	14574	14406	13950	12339	10488	1022	فندق نجمة واحدة
16558	16092	15246	14960	14328	13685	13885	فندق نجمتين
30978	30132	29127	27825	27397	25768	24964	فندق ثلاث نجوم
50487	47572	48072	48575	47097	46993	46813	فندق أربع نجوم
37308	35217	33643	32320	32231	30187	27525	فندق خمس نجوم
24177	22256	20930	17250	16102	15843	11823	إقامات سياحية
22335	22215	20409	21519	20671	20673	20211	أندية فندقية
28168	26694	23882	22382	20660	17789	15572	دور الضيافة
17751	16582	15896	13193	9266	6448	3204	آخرون*
242624	231334	221611	211974	200091	187874	174019	المجموع

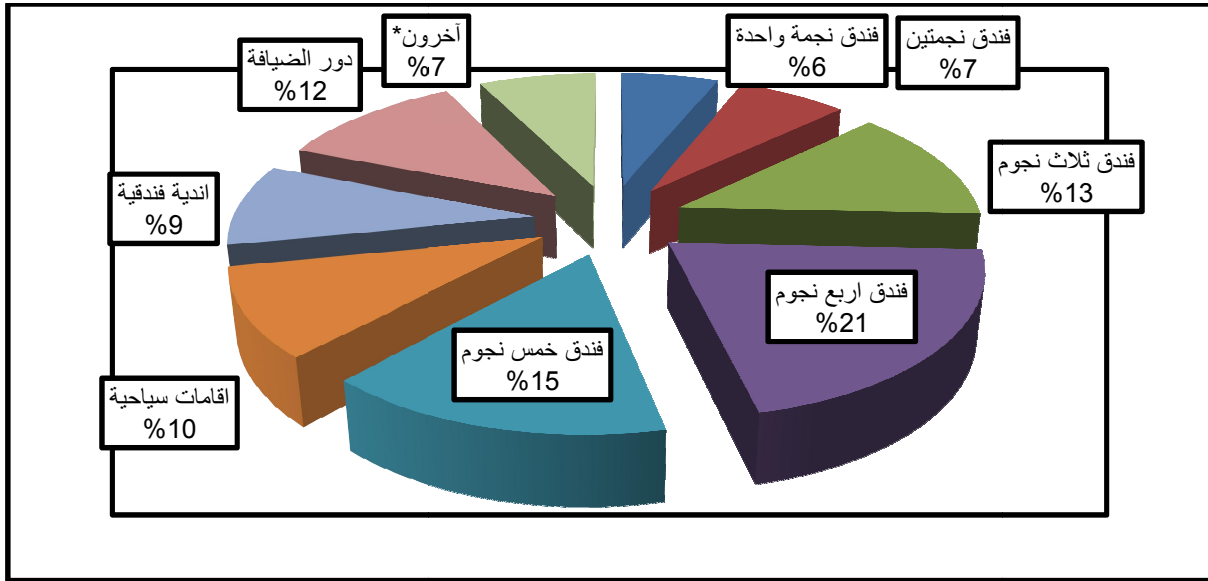
*: إقامة عقارية، مأوى، فندق عائلي، فندق طرقي-موتيل، ملجأ ونجيم

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، نقلا من الموقع الإلكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma>

ويمكن التعبير عن توزيع طاقات الإيواء حسب عدد الأسرة وحسب الفئة في المغرب لسنة 2016 بالشكل التالي:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الشكل رقم (2-2): تطور الطاقة الإيوائية في المغرب حسب عدد الأسرة وحسب الفئة لسنة 2016



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول أعلاه.

من خلال الشكل نلاحظ بأن عدد الأسرة في أماكن الإيواء في المغرب خلال الفترة 2010-2016 شهدت تطور مستمر وملحوظ لكل فئة سواء تعلق الأمر بتصنيفات الفنادق أو بأماكن الإيواء الأخرى، فبالنسبة لتصنيفات الفنادق فقد كانت النسبة الأكبر من نصيب الفنادق المصنفة بأربع نجوم ب 21% من العدد الإجمالي حيث بلغت طاقتها الإيوائية 50487 سرير في سنة 2016، وترجع هذه الزيادة في هذا الصنف إلى زيادة الطلب عليه بسبب نقص تكلفته بالمقارنة مع صنف خمس نجوم والتي بلغت نسبتها 15% حيث يتميز هذا الصنف بارتفاع أسعار خدماته وكذا رقيها وجودتها وهذا الصنف مطلوب أكثر من قبل رجال الأعمال والمشاهير القادمين إلى المغرب ويوجد به عدد كبير من السلاسل الفندقية، في حين أن نسبة الإيواء في فنادق ثلاث نجوم بلغت 13% وهي نسبة معتبرة نظرا لأن هذا الصنف مستهدف من قبل السياح أصحاب الدخول المتوسطة وكذا السياح المحليين، أما عن نسبة الفنادق ذات النجمتين والنجمة الواحدة بلغت على التوالي: 7% و 6% وهذان الصنفين موجهين لأصحاب الدخول المحدودة نظرا لتدني الخدمات المقدمة فيهما، ومن الملاحظ أيضا وجود تنوع في أصناف أماكن الإيواء في المغرب، فبعيدا عن الفنادق فهي تتيح إقامات سياحية، أندية فندقية، دور ضيافة وفنادق عائلية وموتيلات ومخيمات الشيء الذي يسمح بإحتواء متطلبات وقدرات ورغبات وأذواق مختلف شرائح السياح بالنسبة للإيواء سواء كانوا سياح محليين أو دوليين، أما عن تطور الليالي السياحية التي يقضيها السياح في المغرب فهي موضحة في الجدول التالي:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-21): تطور عدد الليالي السياحية في مؤسسات الإيواء المصنفة في المغرب خلال الفترة 2010-2017.

عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
تباين 17/10 %	تباين 17/16 %	2017	2016	2010	
8	18	15045751	12721736	13959619	السياح غير المقيمين
28-	15	4171568	3627191	5811307	فرنسا
41	7	1896055	1764245	1345600	المملكة المتحدة
84	37	1745127	1271831	946532	ألمانيا
50	12-	961867	1089714	640404	الدول العربية
23-	19	725348	607845	945947	إسبانيا
6-	10	555426	503458	589693	بلجيكا
69	29	484014	373915	286451	الولايات المتحدة الأمريكية
3-	31	331257	252738	341418	هولندا
59-	25	272753	218587	657615	إيطاليا
73	7	7054950	6566022	4066550	السياح المقيمون
23	15	22100701	19287758	18026169	المجموع

المصدر: إحصاءات حول السياحة في المغرب، ديسمبر 2017، من الموقع الإلكتروني: http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/tbnat_12-17_arabe.pdf

يتبين من خلال معطيات الجدول أن هناك تطور في الليالي السياحية خلال الفترة 2010-2017، حيث ارتفعت ليالي المبيت سنة 2017 بـ 15% مقارنة مع سنة 2016 (18% بالنسبة للسياح غير المقيمين و7% بالنسبة للسياح المقيمين) وبلغ العدد الإجمالي لليالي السياحية في مؤسسات الإيواء المصنفة خلال سنة 2017 أكثر من 22 مليون ليلة سياحية، ويرجع النصيب الأكبر للسياح الأجانب إلى تفضيلهم للخدمات التي تقدمها مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة عكس غير المصنفة بالإضافة إلى الارتفاع المستمر لعدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال هذه الفترة، أما على الصعيد الجغرافي فقد حصل القطبان السياحيان مراكش وأغادير وحدهما على نسبة 60% من مجموع المبيتات الإجمالية لسنة 2017 إذ ارتفع عدد الليالي السياحية بهما نسبة +17% و+11% على التوالي، كما سجلت باقي الجهات نتائج إيجابية أيضا لا سيما مدينتا فاس وطنجة اللتان عرفتا ارتفاعا بنسبة +39% و+25% على التوالي.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ثانيا- مؤشر عدد السياح الوافدين تعمل المغرب على استقطاب عدد كبير من السياح ولذلك تسعى إلى تنويع المنتج السياحي والترويج له سعيا منها لأن تصبح من بين أكبر الدول السياحية العالمية جذبا للسياح، وعن تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب سنوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-22): تطور عدد السياح الوافدين للمغرب خلال الفترة 2010-2018

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
مجموع الوافدين عبر الجو	6136024	6254252	6018566	6691449	6949937	6772274	6803955	7619256	8399533
مجموع الوافدين عبر البحر	1923723	1902184	1941411	1993108	2036256	2113132	2198274	2482494	2471635
مجموع الوافدين عبر البر	1228591	1185697	1415179	1361707	1296751	1291356	1329502	1247594	1417540
المجموع	9288338	9342133	9375156	10046264	10282944	10176762	10331731	11349344	12288708

المصدر: بالاعتماد على:

- إحصائيات وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، متوفرة على الموقع الإلكتروني:

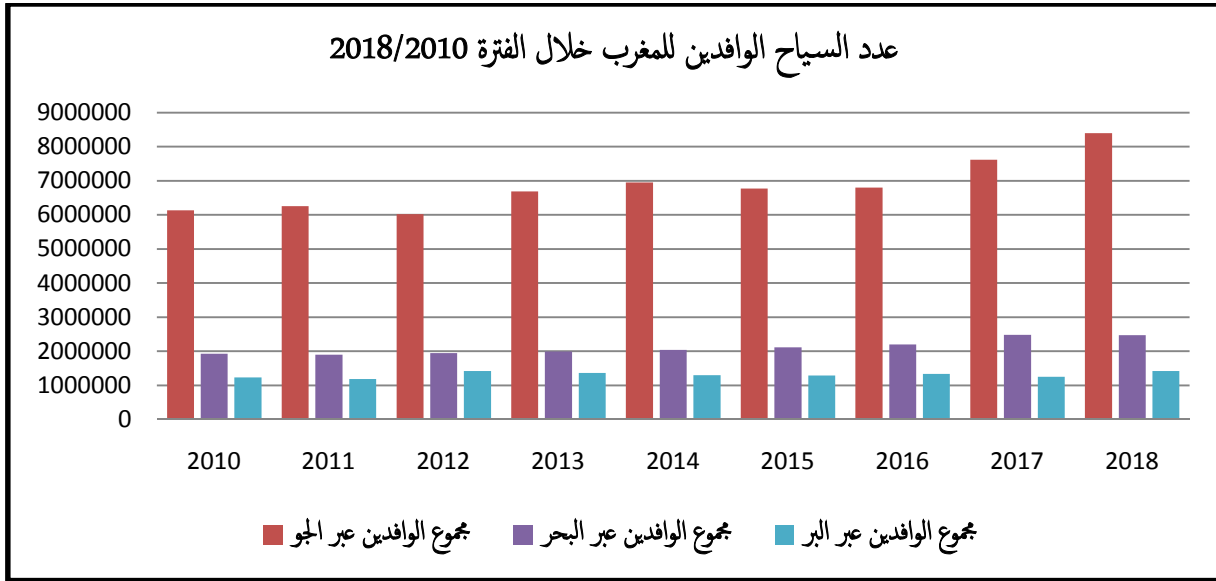
<http://www.tourisme.gov.ma>

- إحصاءات حول السياحة في المغرب، متوفرة على الموقع: www.observatoiredu tourisme.ma

والشكل التالي يترجم معطيات الجدول ليوضح لنا وتيرة النمو في عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة 2010-2018.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الشكل رقم (2-3): تطور عدد السياح الوافدين للمغرب خلال الفترة 2010-2018



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه

نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى المغرب شهد ارتفاعا ملحوظا بحيث فقد بلغ عدد السياح الوافدين في سنة 2010 أكثر من 9 مليون سائح ليرتفع هذا العدد في سنة 2014 إلى أكثر من 10 مليون سائح ليستمر الارتفاع أيضا في سنة 2018 إلى أكثر من 12 مليون سائح، كما نلاحظ أن مختلف السياح الوافدين يكون عبر الجو حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى المغرب عبر الجو في سنة 2018 حوالي 8399533 سائح ومن أهم المطارات المستقبلية لأكبر عدد من السياح مطار محمد الخامس، مطار مراكش، المنارة، ومطار أغادير، المسيرة، كما بلغ عدد السياح الوافدين عبر البحر في سنة 2018 أكثر من 2 مليون سائح وعن أهم الموانئ التي تستقطب أكبر عدد للسياح ميناء طنجة ميد وميناء طنجة، أما عن عدد الوافدين برا فهو كذلك في ارتفاع مستمر من سنة إلى أخرى، وإن الارتفاع المستمر في عدد السياح الوافدين إلى المغرب سنويا راجع إلى الاستقرار الأمني الذي تشهده المملكة بالإضافة إلى مميزات خاصة أخرى كالموقع الممتاز وامتلاكه لمعلم أثرية وتاريخية وكذا حفاظ شعبه في بعض المناطق على عاداته وتقاليد من تراث شعبي ولباس وأكلات شعبية هذا الأمر الذي يستهوي فئات معينة من السياح وخاصة الأجانب منهم، بالإضافة إلى الإعلان والترويج المحلي والأجنبي للسياحة المغربية عبر مختلف وسائل الإعلام.

وينتمي السائحون الوافدين إلى المغرب إلى أوروبا بالدرجة الأولى والجدول التالي يوضح ذلك:

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-23): تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الأسواق خلال الفترة 2010-2017

عدد السياح الوافدين					بلد الإقامة
تباين 17/10 %	تباين 17/16 %	2017	2016	2010	
5	8	3533560	3279741	3374155	فرنسا
15	8	2352270	2180666	2036887	اسبانيا
43	15	690528	602832	481791	ألمانيا
43	6	655251	619665	458027	المملكة المتحدة
13	9	431248	395640	380966	إيطاليا
22	6	627383	589552	514959	بلجيكا
27	9	612916	562667	482898	هولندا
69	23	323970	264057	191334	الولايات المتحدة الأمريكية
55	16	2122220	1836911	1367321	دول أخرى
22	10	11349347	10331731	9288338	المجموع
25	5	5484427	5228527	4377903	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
19	15	5864920	5103204	4910435	السياح الأجانب

المصدر: إحصاءات حول السياحة في المغرب، ديسمبر 2017، متوفرة على الموقع الإلكتروني:

http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/tbnat_12-17_arabe.pdf

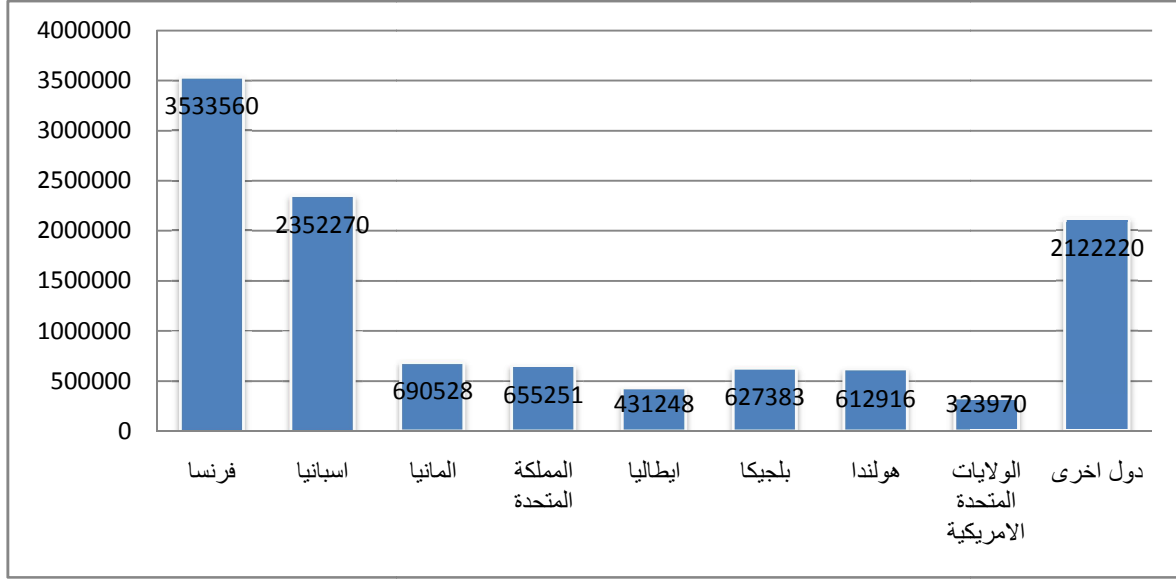
من خلال معطيات الجدول نلاحظ بأن عدد السياح الوافدين إلى المغرب في سنة 2017 وصل إلى أكثر من 11 مليون سائح، أي بارتفاع قدره 10% بالنسبة لسنة 2016 وبارتفاع قدره 22% بالنسبة لسنة 2010، وعرفت أهم الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح ارتفاعا مستمرا خلال هذه الفترة حيث سجلت ما بين سنتي 2016 و2017 كل من الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا إرتفاعات هامة نسبتها 23% و15% على التوالي، تليها هولندا وإيطاليا بنسبة 9% لكلا السوقين، ثم بعد ذلك تأتي فرنسا وإسبانيا بنسبة 8%.

ومن الملاحظ أيضا أن المغاربة المغتربون (المقيمون بالخارج) يمثلون حوالي النصف تقريبا من عدد السياح الذين يزورون المغرب (أكثر من 5 ملايين سائح في سنة 2017) وخاصة في فصل الصيف، حيث أن أغلبهم يأتون من بلدان أوروبية مثل فرنسا، بلجيكا، هولندا وإسبانيا.

والشكل التالي يوضح تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الأسواق.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الشكل رقم (2-4): تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الأسواق خلال سنة 2017



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه

ثالثا- مؤشر الإيرادات السياحية: احتلت السياحة مكانة هامة فيما يتعلق بمصادر جلب العملة الصعبة إلى المغرب، وذلك إلى جانب تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج، حيث قدرت العائدات المحصلة من طرف السياح غير المقيمين الذين أقاموا بالمغرب في سنة 2017 (دون احتساب مصاريف النقل الدولي) بحوالي 71.9 مليار درهم وتمثل هذه العائدات من العملة الصعبة حوالي 19% من صادرات السلع والخدمات خلال سنة 2017، والجدول الموضح أدناه يبين تطور الإيرادات السياحية المغربية خلال الفترة 2010-2018.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-24): تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2010-2018
الوحدة: \$1000

السنة	الإيرادات السياحية للمغرب (بالأسعار الجارية للدولار أمريكي)
2010	8176000
2011	9101000
2012	8491000
2013	8201000
2014	9070000
2015	7765000
2016	7922000
2017	9086000
2018	9523000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على إحصائيات البنك الدولي المتوفرة على الموقع الإلكتروني:

[http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD/\(12/11/2018\)](http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD/(12/11/2018))

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الإيرادات السياحية للمغرب عرفت نموا مستمرا خلال الفترة المدروسة وذلك راجع للنتائج الايجابية المسجلة على مستوى حجم السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب، أما عن انخفاض الإيرادات السياحية في سنة 2012 فيرجع ذلك حسب الخبراء إلى الأزمة التي مست أوروبا باعتبارها السوق المصدرة للسياح مما أدى ارتفاع نسبة البطالة مما أثر ذلك على القدرة الشرائية للسياح الأوروبيين وخاصة الأسبان منهم مما أدى إلى انخفاض الإيرادات السياحية هذا من جهة ومن جهة أخرى أدى انتشار حالة الرعب التي انتشرت في وسط السياح الأجانب بسبب التفجير الإرهابي لأحد المقاهي التي توجد في مركز ساحة الفنا الشهيرة بمدينة مراكش، هذه المدينة التي تعتبر أكبر مدينة مستقطبة للسياح الأجانب إلى التأثير بصورة مباشرة على الإيرادات السياحية للمغرب، وقد وصلت الإيرادات السياحية في ذروتها سنة 2014 حيث بلغت حوالي 9 مليار دولار أمريكي لكنها عاودت الانخفاض من جديد خلال السنتين الموالتين لتعود إلى الارتفاع في سنة 2018 لتصل إلى 9.5 مليار دولار أمريكي.

ويمكن القول أن النتائج الإيجابية التي حققتها مملكة المغرب فيما يخص الإيرادات السياحية تعود أساسا إلى عودة الثقة الدولية للمغرب كوجهة سياحية إضافة إلى الجهود التي بذلتها الحكومة المغربية لجذب المزيد من السياح الأجانب وخاصة السياح الأسبان منهم الذي يمثل الهدف الأول للمغرب ضمن مخطط الترويج 2014-2016، كما سعت إلى إبراز المقومات السياحية المغربية والاهتمام بالتسويق السياحي وتنظيم

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

التظاهرات والمهرجانات هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن المغاربة المقيمين بالخارج لهم دور كبير في دعم الإيرادات السياحية للمغرب بفضل إنفاقهم على مختلف الخدمات السياحية خلال سفرهم إلى البلد الأم.

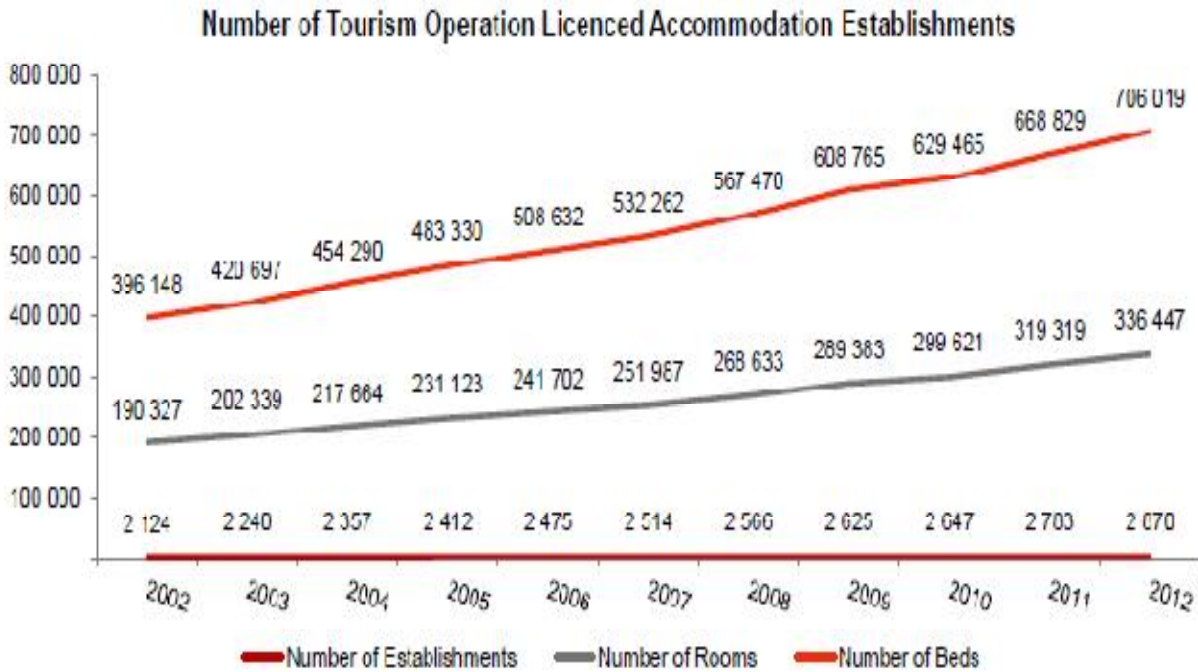
المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في تركيا

تعتبر تركيا وجهة سياحية بامتياز نظرا لتمتعها بالعديد من المعالم الهامة وبطبيعتها الخلابة وبمرافق سياحية مميزة، فقد استطاعت أن تحتل مراكز هامة على خارطة السياحة العالمية بشكل ملحوظ كما تعتبر من أهم الدول السياحية الجاذبة للسياح.

أولاً- مؤشر الطاقة الفندقية: نظرا للموقع الممتاز لتركيا والإمكانيات المتوفرة والأهداف الطموحة التي تم تخطيطها لعام 2023، يواصل قطاع السياحة في تركيا في النمو بمعدل يفوق سعة الفنادق المجهزة لاستيعاب السائحين، فبالرغم من أنه كانت هناك موجة كبيرة من الاستثمارات السياحية في القطاع السياحي فلا يزال هناك مجال وافر للمشاريع الجديدة وإن حجم الاستثمارات المتاحة ساعدت في توفير طاقات إيواء متنوعة الأصناف تلاءم مختلف شرائح السياح.

والشكل التالي يوضح عدد منشآت الإقامة السياحية في تركيا من سنة 2002 إلى سنة 2012 :

الشكل رقم (2-5): منشآت الإقامة السياحية في تركيا خلال الفترة 2002-2012



Source: Foreign Market Consulting Ltd , Tourism Industry In Turkey,Istanbul, Turkey, 2014, p.9

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

من خلال هذا الشكل نلاحظ بأن عدد منشآت الإقامة السياحية في تركيا عرفت ارتفاعا مستمرا خلال هذه الفترة حيث ارتفع عددها من 2124 منشأة إقامة سياحية في سنة 2002 بعدد إجمالي يقدر بـ 190327 غرفة و بطاقة استيعابية تقدر بـ 396148 سرير، ليصل إلى 2870 منشأة إقامة سياحية وبطاقة استيعابية تقدر بـ 706019 سرير في سنة 2012، أي بزيادة تقدر بـ 43.88% مقارنة بسنة 2010.

أما بالنسبة لعام 2017 بلغ عدد منشآت الإقامة السياحية 12856 منشأة مسجلة للإقامة الفندقية وكانت هناك 9186 منشأة مرخصة من قبل البلديات التابعة لها، بينما امتلكت 3670 منشأة متبقية تراخيص للعمل في مجال السياحة، ويتجاوز إجمالي السعة الاستيعابية الشامل لهذه المنشآت 1482492 سريرا و يوجد حاليا 281 مشروعا قيد الإنشاء من شأنها إضافة 74130 سريرا مطلوبا بشكل كبير لسد العجز في هذا المجال بتركيا، وتعد أنطاليا من أشهر المدن التركية جذبا للسياح الأجانب، فأنطاليا وحدها تمتلك 500 فندق ب فئة 4 نجوم و5 نجوم في مركز المدينة والبلديات المحيطة بها، كما تضاعف عدد سلاسل ومجموعات الفنادق في تركيا بما يصل اليوم إلى 165 سلسلة، ويصل عدد الفنادق في هذه السلاسل إلى 824 فندق، بالإضافة إلى أن 82% من مجموعات وسلاسل الفنادق مملوكة محليا فيما أن 15% مملوكة للأجانب، بينما يوجد 3% من تلك الفنادق يمتلكها شركاء محليون وأجانب.¹ هذا ما يبين أن الحكومة التركية نجحت في فتح المجال أمام المستثمرين المحليين الذين ساهموا في الرفع من طاقات الإيواء في تركيا، بالإضافة إلى أنها دعمت المستثمرين الأجانب بمختلف التسهيلات والإعانات مع السماح لهم بامتلاك المشاريع بنسبة 100% أو بالدخول مع شركاء محليين.

ثانيا- مؤشر عدد السياح الوافدين: تحتل تركيا المراتب الأولى عالميا ضمن قائمة أهم الدول السياحية حيث يتوافد ملايين السياح إلى تركيا من كافة أنحاء العالم بغية استكشاف مواقعها الأثرية والتعرف على الحضارات السابقة التي عاشت على أراضيها إلى جانب استمتاعهم بطبيعتها الخلابة بالإضافة أيضا إلى الاطلاع على تجربة مأكولات الطبخ التركي المصنف ضمن واحد من أفضل المطابخ في العالم، والجدول التالي يوضح عدد السياح الوافدين إلى تركيا خلال الفترة 2010-2017

¹<http://www.invest.gov.tr> consulté le 14/11/2018.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

الجدول رقم (2-25): عدد السياح الوافدين إلى تركيا خلال الفترة 2010-2017

السنوات	السياح المقيمون بالخارج	السياح الأجانب	المجموع
2010	4365104	28632204	32997308
2011	5312963	31456076	36769039
2012	5932393	31782832	37715225
2013	4950673	34910098	39860771
2014	4789346	36837900	41627246
2015	4869437	36244632	41114069
2016	5554467	25352213	30906680
2017	5559790	32410034	37969824

Source : Ministry of Cultur and Tourism , Accomodation Statistics 2017, Republic of Turkey, july 2018.

من هذه المعطيات نلاحظ ارتفاع عدد السياح الوافدين إلى تركيا بشكل متزايد خلال الفترة المدروسة ويأخذ السياح الأجانب القيمة الأعلى في كل سنة من السياح المقيمون بالخارج باستثناء سنتي 2015 و 2016، حيث شهد عدد السياح الأجانب في سنة 2015 تراجعاً بنسبة 1.61%، إذ بلغ عددهم 36.24 مليون سائح مقارنة بـ 36.83 مليون سائح في سنة 2014، وهذا راجع أساساً إلى خلفية التهديدات الأمنية التي واجهتها البلاد في تلك الفترة، كما شهد عدد السياح الروس الذين يقصدون المنتجعات الساحلية مثل أنطاليا تراجعاً كبيراً بمجموع 3.65 مليون روسي في عام 2015 مقارنة بـ 4.5 مليون روسي في عام 2014، وهذا الانخفاض يعود إلى أن وكالات السفر الروسية منعت من تنظيم رحلات إلى تركيا لأسباب أمنية مردها قيام الطيران التركي بإسقاط مقاتلة روسية قرب الحدود السورية في نوفمبر 2015، الأمر الذي تسبب في أزمة دبلوماسية بين البلدين، إضافة إلى انخفاض عدد السياح القادمين إلى تركيا من القارة الأوروبية بسبب تدهور الوضع الأمني في تركيا.

أما بالنسبة لسنة 2016 فنلاحظ كذلك انخفاض رهيب في عدد السياح والذي بلغ حوالي 30 مليون سائح والسبب في ذلك يعود إلى وقوع سلسلة من التفجيرات والهجمات عبر تركيا الأمر الذي سبب ذعراً لكثير من السياح وخاصة الأجانب منهم، إضافة إلى تواصل الأزمة السياسية بين روسيا وتركيا ما أدى إلى تراجع توافد السياح الروسي إلى تركيا إلى نحو 48 ألف سائح روسي فقط في سنة 2016 بينما كان يزيد هذا العدد عن 650 ألف سائح روسي في عام 2015.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

أما في عام 2017 حقق عدد السياح ارتفاعا قدر بـ 37969824 سائح، حيث شهد عدد السياح الروس ارتفاعا من جديد واستقبلت تركيا في النصف الأول من سنة 2017 أكثر من مليون ونصف مليون سائح روسي حسب إحصائيات وزارة الثقافة والسياحة التركية، وذلك بفضل تحسن العلاقات الدبلوماسية مع موسكو ونجاح القيادة السياسية التركية في تجنب أعنف أزمة دبلوماسية كانت بين البلدين، إضافة إلى مختلف الإجراءات التي اتبعتها منظومة السياحة في تركيا من أجل العمل على خدمة السائح الروسي بداية من منظمي الرحلات السياحية وأصحاب الفنادق نهاية بالخطوط الجوية التركية حيث قامت كل هذه الجهات بتقديم خصومات مغرية واستثنائية للسياح الروس.

- وإن التنوع والثراء السياحي الذي تحظى به تركيا أهلها لاستضافة الكثير من السياح من فئات مختلفة سواء من أصحاب الدخل المرتفع أو المتوسط أو المحدود ومن أجناس عديدة، وعن أهم الأسواق المصدرة للسياح الأجانب إلى تركيا فهي ممثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-26): أهم 10 أسواق مصدرة للسياح الأجانب إلى تركيا خلال سنة 2017

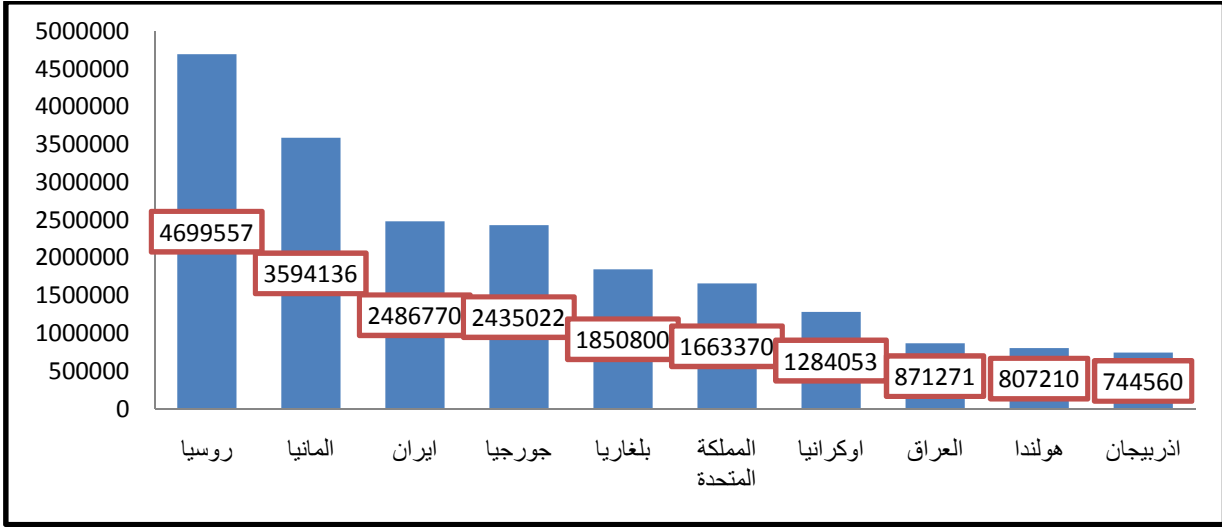
السوق المصدرة للسياح	عدد السياح الأجانب في سنة 2017	%
روسيا	4699557	14.51
ألمانيا	3594136	11.10
إيران	2486770	7.68
جورجيا	2435022	7.52
بلغاريا	1850800	5.72
المملكة المتحدة	1663370	5.14
أوكرانيا	1284053	3.97
العراق	871271	2.69
هولندا	807210	2.49
اذربيجان	744560	2.30

Source : Ministry of Cultur and Tourism , Border Statistics 2017, Republic of Turkey, july 2018.(<http://www.kultur.gov.tr/EN-153018/number-of-arriving-departing-visitors-foreigners-and-ci-.html>) le 12/11/2018.

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

ويمكن ترجمة معطيات الجدول أعلاه حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (2-6): أهم 10 أسواق مصدرة للسياح الأجانب إلى تركيا خلال سنة 2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه.

من خلال الشكل نلاحظ بأن السياح الروس يتصدرون قائمة السياح الأجانب الوافدين إلى تركيا بحوالي 4.6 مليون سائح في عام 2017، ثم تلاهم الألمان بـ 3.5 مليون سائح و احتلت ألمانيا في إحدى السنوات المرتبة الأولى، ثم تأتي إيران في المرتبة الثالثة إذ يقدر عدد السياح الإيرانيين الوافدين إلى تركيا في سنة 2017 حوالي 2.4 مليون سائح، إلا أن أغلب العاملين والمراقبين لقطاع السياحة في تركيا يقولون إن العرب مجتمعين باختلاف جنسياتهم هم الأكثر زيارة من باقي الجنسيات لكن بسبب اقتصر الإحصاءات على جنسية واحدة يتصدر غيرهم القائمة، كما تجدر الإشارة أن معظم السياح القادمين من أوروبا كان لغرض السياحة الطبية خاصة فيما تعلق بعمليات التجميل.

وتعتبر مدينة أنطاليا في مقدمة الوجهات الجاذبة للسياح وخاصة الأوروبيين منهم، هذه المدينة التي يغلب عليها الطابع الزراعي حيث أنها تمكنت من إستقطاب 10.5 مليون سائح في عام 2017 مقارنة بسنة 2016 أين استقطبت 6.2 مليون سائح، وفي المقابل شهدت السنوات الأخيرة زيادة الحركة السياحية الداخلية في تركيا حيث كان هناك إقبال واسع للسياح المحليين على برامج الرحلات الثقافية بسبب ارتفاع وسائل المواصلات وارتفاع عدد المطارات.

ثالثاً- مؤشر الإيرادات السياحية: يعد الاقتصاد التركي واحدا من أبرز الاقتصاديات، حيث يركز هذا الاقتصاد على عدة دعائم أساسية وتمثل هذه الركائز في البنية المتنوعة للاقتصاد التركي من صناعة وزراعة وسياحة وغيرها من القطاعات الأخرى وعدم اعتماده على الإيرادات الربعية فقط، فضلا عن نجاح الحكومة

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

التركية في تدشين بنية تحتية قوية ومتطورة في جميع الميادين من اتصالات ومواصلات وموانئ والذي يعد عاملا مساعدا في توفير بيئة جاذبة للاستثمارات الأجنبية.

فعلى سبيل المثال يلعب قطاع السياحة في تركيا دورا بارزا في دفع عجلة الاقتصاد التركي، حيث تعتبر تركيا من بين أفضل 10 وجهات سياحية في العالم كما تساهم السياحة في تدفق أكثر من 34 مليار دولار سنويا وهذا ما يظهره الجدول التالي:

الجدول رقم (2-27): تطور الإيرادات السياحية للسياح الأجانب والأتراك المقيمين في الخارج خلال الفترة 2010-2017
الوحدة: \$ 1000

السنوات	الإيرادات السياحية للسياح الأجانب	الإيرادات السياحية للمواطنين الأتراك المقيمين في الخارج	الإيرادات الإجمالية
2010	19110003	5558366	24930997
2011	22222454	5638484	28115692
2012	22410364	6354378	29007003
2013	25322291	6760180	32308991
2014	27778026	6289260	34305903
2015	25438923	5843074	31464777
2016	15991381	5964853	22107440
2017	20222971	5908752	26283656

Source: the Ministry of Culture and Tourism , Accommodation statistics, Republic of Turkey, july 2017.(<http://www.kultur.gov.tr/EN-153030/tourism-receipt-expenditure-and-average-expenditure.html>) -12/11/2018.

من خلال البيانات في الجدول أعلاه نلاحظ بأن الإيرادات السياحية لتركيا عرفت ارتفاعا مستمرا وملحوظا حيث قدرت الإيرادات السياحية في سنة 2010 ما يقارب 25 مليار دولار لتصل إلى 34 مليار دولار في سنة 2014 ثم إنخفضت إلى 31 مليار دولار في سنة 2015 وهذا يعود إلى انخفاض عدد السياح الأجانب كما ذكرنا سابقا ثم واصلت قيمة الإيرادات السياحية في الانخفاض خلال سنة 2016 لتبلغ 22 مليار دولار بإنخفاض قدره 29.73% عن السنة السابقة، كما تظهر البيانات أن عدد السياح الأجانب ساهموا بنسبة 72.3% من الإيرادات السياحية في عام 2016 في حين ساهم المواطنون الأتراك المقيمون في الخارج بنسبة 26.98% من الإيرادات السياحية.

أما بالنسبة لسنة 2017 شهد القطاع السياحي التركي انتعاشا حيث إرتفعت قيمة الإيرادات السياحية لتصل إلى أكثر من 26 مليار دولار أي بزيادة قدرها 15.88% بالنسبة لسنة 2016 وهذا يرجع إلى

الفصل الثاني: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في دول مختارة

تضاعف عدد السياح الروس الوافدين إلى تركيا أكثر من 5 مرات ليصل إلى 4.69 مليون سائح في سنة 2017.

خلاصة:

لقد تناولنا في هذا الفصل دراسة مناخ الاستثمار السياحي في كل من الإمارات العربية المتحدة، تركيا والمغرب وتوصلنا إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة وبفضل سياسات متميزة اتبعتها في توفير مناخ استثماري مناسب، والتي تجلت أساسا في الاستقرار السياسي والاقتصادي واستطاعت بناء هيكل اقتصادي قوي مبني على التنوع الاقتصادي والقادر على تحطيم الأزمات والصدمات، كما وأن الإمارات ورغم أن الصحراء تغطي 74% من مساحتها إلا أنها استطاعت أن تكون بلدا سياحيا بامتياز حيث تمكنت من استضافة أكثر من 180 جنسية على أراضيها مستغلة بذلك أفضل الكفاءات منها، كما أنها أولت اهتماما خاصا بقطاع التعليم وحرصت على تطبيق أفضل المعايير لتلبية احتياجات السوق كما حققت قفزة نوعية في مجال البنية التحتية والتطور الهائل في وسائل النقل والمواصلات وهذا انعكس إيجابا على مؤشرات السياحة الوطنية بها.

أما بالنسبة للمغرب فإنه يتوفر على العديد من المقومات الطبيعية والتاريخية وتراث شعبي فريد من نوعه واستطاع الحفاظ على استقراره الأمني، كما قامت الحكومة المغربية بتسطير العديد من التحفيزات والتسهيلات قصد جذب الاستثمارات السياحية، حيث شهد البلد خلال السنوات الأخيرة عملية تطوير البنية التحتية ومختلف أنماط النقل، وأعطى كذلك أهمية للنظام التعليمي مما ساهم بصفة ملحوظة في زيادة نسب التعليم في جميع المستويات، مما ساعد على زيادة عدد السياح الوافدين إلى المغرب وكذلك نمو حصيلة الإيرادات السياحية.

أما بالنسبة لتركيا فإنها تعتبر من أكثر الوجهات السياحية إقبالا كما ولا تزال توفر العديد من فرص الاستثمار في القطاع السياحي والقطاعات الداعمة له بفضل أنها نجحت في توفير بيئة أعمال مناسبة ومشجعة لجذب المستثمرين، فموقعها الممتاز جعل منها محط أنظار العديد من الشركات الأجنبية، كما وأن الواقع الاقتصادي لتركيا شهد نموا في معدلات الناتج المحلي الإجمالي إلا أنه مازال يتخبط في مشاكل التضخم والديون الخارجية وفي المقابل فإن الفرد التركي يتمتع بارتفاع نصيبه من الناتج المحلي الإجمالي، كما وأن الحكومة التركية وفرت إطار تشريعي وتنظيمي مناسب وقامت بعقد العديد من الاتفاقيات الثنائية مع 94 دولة في العالم، وعملت على تطوير البنية التحتية عن طريق عقود الشراكة بين القطاع العام والخاص، الأمر الذي ساعد تركيا إلى أن تكون مقصدا سياحيا يزورها السياح من كل أقطار العالم وارتفع بذلك عدد السياح الوافدين إليها مما انعكس إيجابا على إيرادات السياحة التي تفوق 34 مليار دولار سنويا.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار

السياحي في الجزائر

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

تمهيد:

الجزائر بلد يمتلك العديد من المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية كما أنها تتميز بمساحتها الشاسعة وكذا موقعها الجغرافي المميز، وهذه الثروات لا يمكن استغلالها إلا من خلال السياحة، فالسياحة تعتبر الوسيلة التي يمكن من بها التعريف بالبلاد وتاريخها وثقافتها، كما وأن القطاع السياحي يعتبر قطاعا إستراتيجيا يسمح بتطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى، فالسياحة تمثل موردا هاما للحصول على الإيرادات بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات وتوفير مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة.

واستغلال هذه الإمكانيات السياحية من خلال تشجيع الاستثمارات من أجل تلبية حاجات ورغبات السياح لا يمكن أن ينجح إلا في بيئة استثمارية ملائمة وجذابة تسمح باستغلال الثروات السياحية والكفاءات البشرية أحسن استغلال.

وسنركز في هذا الفصل على أهمية القطاع السياحي الجزائري وتحليل مناخ الاستثمار السياحي وعرض مختلف مكوناته من مكونات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، كما سوف نتطرق إلى مختلف القوانين والتشريعات والتسهيلات التي تستفيد منها الاستثمارات السياحية في الجزائر.

ومن أجل تبيان وتحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر، جاءت مباحث هذا الفصل موزعة كالآتي:

المبحث الأول: الإمكانيات والقدرات السياحية للجزائر

المبحث الثاني: تشخيص مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الثالث: أداء القطاع السياحي الجزائري

المبحث الأول: الإمكانيات والقدرات السياحية للجزائر

الجزائر بلد له إمكانيات وقدرات سياحية هائلة تشكل عناصر جذب سياحية والمتمثلة أساسا في الإمكانيات الطبيعية، الثقافية، الأثرية والتاريخية المتنوعة والتي يمكن استغلالها كي تصبح الجزائر من أهم المقاصد السياحية، ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مختلف القدرات السياحية التي تزخر بها البلاد وكذا أنواع السياحة التي تتوفر عليها.

المطلب الأول: الإمكانيات الطبيعية

للجزائر إمكانيات طبيعية كثيرة تساعدها على تقديم منتج سياحي فريد من نوعه لأن ما وهبها الله من جمال وسحر للطبيعة لا يتوفر لدى كل دول العالم، وفيما يلي عرض لتلك المقومات:

1. الموقع والسكان: تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط وتحتل مركزا محوريا فهي: ¹ تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2.381.741 كلم² يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق تونس والجمهورية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية الصحراوية، وتقع الجزائر بين خط 18 و30 من خط العرض الشمالي وبين 9 من خط الطول الغربي و12 من خط الطول الشرقي.

ولموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين مميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم فهي جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا وإفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممرًا حيويًا للعديد من طرق الاتصال برا وبحرا وجوا،² ويبلغ عدد سكان الجزائر 42.2 مليون نسمة في 01 جانفي 2018.³

2. المناخ: تتميز الجزائر بتنوع مناخها حيث تشمل على:

- مناخ البحر الأبيض المتوسط والذي يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر إلى شهر أبريل تتميز بفصلين الأول ممطر دافئ وطويل هو الشتاء والثاني هو الصيف يكون جاف وحر وقصير ومناخ الاستبس حيث يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، أما المناخ الثالث فهو المناخ الصحراوي والذي يتميز بأمطار قليلة وغير منتظمة وجو جاف وارتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 40 درجة مئوية أو تفوق

¹ كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 01، جامعة الشلف، الجزائر، ص 215.

² موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم نقلا عن الموقع: <http://achourziane.yoo7.com/t355-topic> تاريخ الاطلاع 2019/01/16.

³ موقع الديوان الوطني للإحصائيات: <http://www.ons.dz> تم الاطلاع يوم 2019/01/16.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

ذلك، كما يتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى شهر سبتمبر أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ وهذا ما ينشط حركة السياح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات.¹

3. **الشريط الساحلي:** يمتد الشريط الساحلي الجزائري من "واد كيس" ببلدية "مرسى بن مهدي" ولاية تلمسان في الحدود الجزائرية المغربية غربا إلى "واد سواني السبع" ببلدية "الصوارخ" ولاية الطارف في الحدود الجزائرية التونسية شرقا مارا على 420 بلدية سياحية، وهو مكون من حزام أرضي عرضه الأدنى 800 متر ومن مجموعة من الجزر والجزر الصغيرة، وقد أكتشف بأن طول الساحل ليس بـ 1200 كلم وهو الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي بل تجاوزه بـ 422 كلم ليصبح طول الشريط الساحلي 1622.48 كلم على امتداد خطي يقارب 2198.44 كلم ومساحته الأرضية تقدر بـ 3929.41 كلم² والجزء البحري منه يقدر بـ 31927.41 كلم².

4. **الحظائر الوطنية والمساحات الخضراء:** يعتبر شمال الجزائر من الشرق إلى الغرب مساحات خضراء تتخللها غابات كثيفة وسلاسل جبلية وصخرية وبحيرات في الشرق وسبخات في الغرب مما يعطي تنوعا بيئيا، كما تمتلك الجزائر العديد من أنواع الحيوانات والنباتات والتي تتوزع على أرجاء البلاد، حيث تمتلك 107 نوعا من الثدييات بما في ذلك 47 محمية بالقانون الجزائري و30 معرضة للخطر ولديها أيضا 336 نوع من الطيور 107 منها محمية³ كما توجد 10 حظائر وطنية تحت وصاية وزارة الفلاحة (عن طريق المديرية العامة للغابات) ووزارة الثقافة وتم تصنيف هذه الحظائر وحمايتها بموجب قرارات سامية لحماية الغطاء النباتي والحيواني والغابات والمناظر الطبيعية التي تنفرد بها هذه الحظائر، وذلك لتحقيق جملة من الأهداف المتمثلة فيما يلي:⁴

- الحفاظ على الحيوانات والنباتات والتربة وما في باطن الأرض والغلاف الجوي والمياه ورواسب المعادن والحفريات؛

¹ صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، الجزائر، العدد 02، 2018، ص 56.

² بن لخضر السعيد، أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، أطروحة دكتوراه، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018/2017، ص 172.

³ سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس - إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة بومرداس، الجزائر، 2015/2014، ص ص 139 - 131.

⁴ سهام بجاوية، مرجع سابق، ص 131.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- الحفاظ على أي تنوع نادر خارج عن المؤلف يثير الإنباه كالمواقع التاريخية والتشكيلات الصخرية الاستثنائية وأنقاض وبقايا النقوش على الصخور؛
- الحفاظ على هذه المناطق من أي تدخلات صناعية وآثار التقهقر والتدهور الطبيعي التي من شأنها أن تؤثر على مظهرها وتكوينها وتطورها، وتتمثل هذه الحظائر في:¹
- الحظيرة الوطنية للقال (الطارف): 76438 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية بمرجرة (تيزي وزو): 18550 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية لثنية الحد (تسمسيت): 3424 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية الشريعة (البليدة): 26587 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية بلزمة (باتنة): 26587 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية تازا (جيجل): 300 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية قوراية (بجاية): 2080 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية تلمسان (تلمسان): 8225.04 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية الهقار (تنمراس): 1140000 هكتار؛
- الحظيرة الوطنية الطاسيلي (إلزي): 45000000 هكتار.

5. **الحمامات المعدنية:** تتمتع الجزائر بثروة حموية معدنية هائلة تقدر بـ 282 منبع حموي موثق ومسجل بصفة رسمية، وتتمتع بخصائص علاجية هامة لمختلف الأمراض بالإضافة إلى العلاج عن طريق الدفن والظمي في الرمال خاصة في بسكرة وواد سوف وعن الحمامات المعدنية المتواجدة في الجزائر فهي:²

- حمام بوغرارة بولاية تلمسان؛
- حمام بوحجر بولاية عين تموشنت؛
- حمام بوحنيفة بولاية معسكر؛
- حمام ريغة بولاية عين الدفلى؛
- حمام قرقور بولاية سطيف؛
- حمام الصالحين بولاية بسكرة؛
- حمام ربي بولاية سعيدة؛

¹ بن لخصر سعيد، مرجع سابق، ص 173.

² مروان صحراوي، تقييم مساهمة عناصر المزيح التسويقي في اختيار الوجهة السياحية - حالة السياحة الحموية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، الجزائر، 2017، ص 194.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- حمام المسخوطين بولاية قلمة.

6. **منطقة الصحراء الكبرى:** تمتلك الجزائر منطقة صحراوية تعتبر الأوسع بحوالي 2 مليون كلم² وهي موزعة على أربع مناطق كبرى وهي:¹

- **منطقة أدرار:** تقع بالجنوب الغربي مساحتها 427000 كلم² حيث تعتبر هذه المنطقة سياحية بالدرجة الأولى لما تحتوي عليه من مناظر طبيعية وآثار قديمة قدم وجود الإنسان بالصحراء الجزائرية؛

- **منطقة إيزي:** وهي تتمثل في الطاسيلي ناجر والذي تقدر مساحته بـ 286808 كلم²، حيث تعتبر دائر جانن الأكثر أهمية والمعروفة بمديقة الطاسيلي المصنفة كتراث علمي منذ 1982 من طرف اليونسكو؛

- **منطقة واد ميزاب:** صنفت هذه المنطقة ضمن التراث العالمي لما لها من جانب تاريخي، حضري وهندسي والذي يشمل المدن التالية: بني يزقن، بونورة، بساتين النخل؛

- **منطقة تمنراست:** أو الهقار والتي تغطي مساحة 113000 كلم² والتي تحتوي على الحديقة الوطنية التي أنشأت سنة 1987 والتي تتميز باحتوائها على حيوانات ونباتات نادرة ونقوش وصخور تعود للقرون الماضية.

7. **التضاريس:** تتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد وهي تتابع من الشمال إلى الجنوب، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري مثل سهل "متيجة" وهران وعنابة وسهولا داخلية أهمها سهول "تلمسان"، "سيدي بلعباس" و"الهضاب العليا" ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع مثل جبال "شيليا" بالأوراس بارتفاع 2328 مترا، وقمة "لالة خديجة" بجزيرة بمنطقة القبائل الكبرى الذي يبلغ ارتفاعها 2308 مترا، وجبال "القصور" التي يبلغ ارتفاعها 2320 مترا وكذا جبال "الونشريس" ذات ارتفاع 1985 مترا، جبال "عمور" 1930 مترا وغيرها من الجبال التي تتوفر عليها الجزائر والتي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية، خاصة أن هذه الجبال تتوفر على مقومات الجذب السياحي من جمال الطبيعة، غابات وثلوج وتتخلل هذه الجبال شعابا ومنايع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأنواع.²

¹ أسماء سفاري، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية لدول المغرب العربي: الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة، ص دكتوراه، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص 228.

² بقنيش عثمان، دور التشريعات الوطنية في ترقية ودمج الاقتصاد السياحي في الاقتصاد العالمي، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، الجزائر، ص 174/2016/2017.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الثاني: الإمكانيات الثقافية والتاريخية والحضارية

تمتلك الجزائر تراث ثقافي وحضاري ثري ومتنوع كما أنها كانت مهدا للعديد من الحضارات على مر العصور، والتي خلفت العديد من الآثار والتي ساهمت في عملية الجذب السياحي، وهذا ما سوف نتعرض إليه في هذا المطلب.

1- المواقع الأثرية: إن المساحة الشاسعة التي تمتلكها الجزائر وموقعها الاستراتيجي جعلها مهدا للعديد من الحضارات الإنسانية على مر العصور من الحضارة الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية إلى الحضارة الإسلامية وهذا ما جعلها تزخر بالعديد من المعالم الأثرية التاريخية ومواقع التراث الفريدة من نوعها والمدرجة على قائمة التراث العالمي لليونسكو، والجدول التالي يوضح المواقع الجزائرية المصنفة ضمن التراث العالمي:

الجدول رقم (3-1): المواقع التراثية المصنفة من طرف اليونسكو

الموقع الأثري	الولاية	نوع التراث	تاريخ التصنيف
قلعة بني حماد	المسيلة	ثقافي	1980
جميلة	سطيف	ثقافي	1982
وادي مزاب	غرداية	ثقافي	1980
تاسيلي ناجر	تمنراست	مختلط	1982
تمقاد	باتنة	ثقافي	1982
تيازة	تيازة	ثقافي	1982
قصة الجزائر	العاصمة	ثقافي	1992

Source: UNESCO , World Heritage List, URL:

<https://whc.unesco.org/en/list/>(consulté le 16/01/2019)

بالإضافة إلى التراث المادي المصنف فإنه يوجد تراث آخر مصنف من قبل اليونسكو وهو التراث غير المادي حيث تمكنت الجزائر حتى سنة 2016 من إدراج ستة عناصر من تراثها غير المادي في القائمة التمثيلية للتراث غير المادي للبشرية، ويتعلق الأمر بالعناصر التالية:¹

- أهليل قورارة (2008)؛
- الطقوس والمهارات الحرفية المرتبطة بصناعة فستان الزفاف التلمساني (2012)؛
- الممارسات والخبرات المتصلة بإمزاز الطوارق في الجزائر ومالي والنيجر (2013)؛
- الزيارة السنوية إلى ضريح سيدي عبد القادر بن محمد المدعو "سيدي الشيخ" (2013)؛
- طقوس وإحتفالات "السببية" في واحة جانت الجزائر (2014)؛

¹ وزارة الثقافة، شهر التراث إرث ثمين، استخبار، ماي 2016، ص 7.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- "السبوع" وهي الزيارة السنوية إلى زاوية سيدي الحاج بلقاسم قورارة (2015).

2- المتاحف: تعتبر المتاحف إحدى الكنوز السياحية حيث توليها الدول السياحية أهمية كبيرة، والتي تتحصل من خلالها على مداخيل من العملة الصعبة، والمتاحف تعبر عن المعالم الحضارية والتاريخية للدولة، بل تعتبر ذاكرة الشعوب، وللجزائر رصيد هام من المتاحف نذكر منها:¹

- **المتحف الوطني سيرتا:** يوجد بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، أنشئ لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بمدينة قسنطينة خاصة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل؛

- **متحف باردو الوطني:** يوجد بالجزائر العاصمة وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ إضافة إلى قطع أثرية إفريقية؛

- **المتحف الوطني زبانة:** والذي يوجد بوهران حيث يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب؛

- **المتحف الوطني للمجاهد:** يوجد بالجزائر العاصمة وتتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية؛

- **المتحف الوطني للفنون الجميلة:** يوجد بالحامة بالجزائر العاصمة، وتعرض به ألوانا من الفن العصري كالرسم، التصوير، النحت والنقش؛

- **المتحف الوطني للفنون الشعبية:** يوجد بالقصبة بالجزائر العاصمة ويضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية؛

- **متحف تيمقاد:** يوجد بمدينة تيمقاد بباتنة، ويضم قطعاً من الفسيفساء وآثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة وتمائيل؛

- **متحف هيبون:** يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.

3- التظاهرات الثقافية والأعياد المحلية والصناعات التقليدية: تتمتع الجزائر بموروث ثقافي ثري ومتنوع يساهم في عملية جذب السياحي مثل الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي، المألوف القسنطيني، الغناء الأندلسي الأصيل والطابع القبائلي، كل هذه الطبع تمثل عناصر جاذبة يتم تفعيلها من خلال المهرجانات والأعياد التي يتم تنظيمها للتعريف بالتراث والفن الجزائري الأصيل ولكي يتعرف عليها السياح والأجانب، ومن أهم المهرجانات والتظاهرات والأعياد المحلية التي تقام بالجزائر نذكر:²

¹ المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الدليل الاقتصادي والاجتماعي، الجزائر، 1989، ص 339.

² <https://www.mta.gov.dz>, consulté le 16/01/2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- المهرجان الثقافي الدولي للموسيقى الأندلسية والموسيقى القديمة بالجزائر العاصمة؛
 - المهرجان الثقافي الدولي لجميلة بولاية سطيف؛
 - المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية؛
 - مهرجان "تافسيت" بتمنراست: وتافسيت تعني ألوان الربيع ويقام بمناسبة قدوم فصل الربيع ويدوم لثلاثة أيام، فيتم تنظيم استعراضات فلكلورية عبر الشوارع الرئيسية للمدينة تبعث البهجة في نفوس السكان المحليين والأجانب القادمين بكثرة للمشاركة في هذا العيد حيث تحتل الحرف التقليدية مكانة متميزة في هذا المهرجان، كما يتم تنظيم عروض أزياء ومسابقات جمال بهذه المناسبة لإختيار ملكة جمال الهقار؛
 - موسم "تاغيت" ببشار: أو عيد التمور وينظم في أواخر شهر أكتوبر، ويقام هذا العيد للاحتفال بجني التمور وللتصدق على الفقراء، ويدوم هذا الاحتفال طيلة ثلاثة أيام على وقع أنغام "البندير" و"القومبري" والأغاني الجماعية؛
 - عيد "السبوع" تميمون: ويقام هذا العيد احتفالاً بالمولد النبوي الشريف والذي يدوم سبعة أيام وسبع ليال، ويستقطب هذا الاحتفال العديد من السياح بمسالك قصوره القديمة ووحدات قورارة؛
 - عيد الفخار بتيزي وزو: حيث يحتفل بصناعة الفخار في بلدية المعاتقة في شهر جوان من كل سنة؛
 - عيد الزربية بغرداية: في واد ميزاب تكون عطلة الربيع مناسبة لإلتقاء العديد من الحرفيين من كل التراب الوطني لبيع وعرض الزرابي؛
 - وعدة "سيدي أحمد المجدوب" بولاية النعامة: وتقام هذه الوعدة في نهاية شهر أكتوبر ترهما على سيدي أحمد المجدوب، كما تقام العديد من استعراضات الفرسان والمسابقات الشعرية ومعرضاً تجارياً ضخماً.
- وتمثل الصناعات التقليدية ذلك الرابط الواصل بين مختلف الحضارات الإنسانية المتعاقبة وتشكل جزءاً هاماً من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري، حيث تأتي أهميتها من كونها تعبر عن القيم الحضارية للمجتمع بالإضافة إلى دورها في تحسين وترقية السياحة في البلد، هذا المنتج الذي يمكن استغلاله للترويج والجذب السياحي من خلال عرضه في الصالونات والمعارض الدولية.
- والصناعة التقليدية تتنوع من منطقة إلى أخرى في الجزائر لاعتمادها على المواد، الإبداعات، والابتكارات المحلية كصناعة الفخار، صناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز على القماش، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من الصناعات التقليدية التي تنتشر في جميع مناطق الجزائر،¹ وتشير الإحصائيات أن قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر نتج عنه خلق ما يقارب 24434 نشاط في سنة 2017 بما فيها الصناعة

¹ بن لخضر السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 176.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

التقليدية الحرفية للخدمات، الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد والصناعة التقليدية الفنية، وقد ساهمت هذه الأنشطة في خلق 73062 منصب عمل سنة 2017، حيث انخفض عدد المناصب المستحدثة مقارنة بسنة 2016 والتي استحدثت فيها الصناعات التقليدية ما يقارب 99793 منصب عمل.

المطلب الثالث : أنواع السياحة في الجزائر

إن التنوع في الإمكانيات التي تتوفر عليها البلاد ساعد على تنوع المنتج السياحي بالشكل الذي يسمح بتلبية رغبات وطلبات السياح المحليين والدوليين، وعليه يمكن التمييز بين أنواع مختلفة وعديدة للسياحة، حيث أن لكل نوع خصائص ومميزات خاصة به نذكرها فيما يلي:

1) السياحة الشاطئية: يقصد عدد كبير من الزائرين والسياح المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستجمام وذلك بفضل ما تتمتع به من شواطئ خلابة على طول الساحل الذي يمتد على أكثر من 1600 كلم تتخللها غابات كثيفة وسلاسل جبلية متنوعة والتي مازالت إلى يوم محافظة على عذريتها وجمالها الطبيعي، والجدول التالي يوضح إحصائيات عن عدد الشواطئ وكذا عدد المصطافين خلال الفترة 2018/2015:

الجدول رقم(3-2): إحصائيات عن موسم الاصطياف خلال الفترة 2015 / 2018.

السنوات	2015	2016	2017	2018
العدد الإجمالي للشواطئ	579	590	608	611
عدد الشواطئ المرخصة للسباحة	382	382	398	404
عدد الشواطئ غير المرخصة للسباحة	65	208	210	207
التردد على الشواطئ	121.500.000	119.300.000	132.000.000	108.000.000

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على بيانات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن الجزائر تتوفر على عدد لا بأس من الشواطئ على طول شريطها الساحلي، حيث بلغت عدد الشواطئ المرخصة للسباحة لسنة 2018 حوالي 207 شاطئ، كما ارتفع عدد السياح الوافدين إليها خاصة في موسم 2017 حيث بلغ عدد المترددين على الشواطئ الجزائرية

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

132.000.000 مصطاف في حين أنخفض عدد المصطافين في سنة 2018 ليصل عددهم 108.000.000 مصطاف.

ولكن بالرغم من هذه الإمكانيات الطبيعية إلا أن فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب وهذا لقلة استثمارات القطاع الخاص في هذا المجال، حيث أن معظم الشواطئ الجزائرية تفتقر للخدمات الضرورية ومرافق الراحة والترفيه، وهذه الخدمات وإن وجدت فإنها تكون بأسعار ملتعبة ولذلك فإنه يجب تطوير هذا النوع من السياحة بتوفير ما يلي:¹

- الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق نشر الوعي بواسطة النشريات المختصرة والواضحة؛
- الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس؛
- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس، بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها؛
- توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفق المقاييس المعمول بها دولياً؛
- توفير محلات تجارية تعرض كل ما يحتاج إليه السائح؛
- إنشاء ملاعب للرياضات بهدف جذب السياح.

(2) **السياحة الصحراوية:** تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة وواحات منتشرة عبر أرجائها وكذا قصورها المتميزة بهندستها، وسلاسل جبلية ذات طبيعة بركانية في الهقار أين تتجلى عظمة الطاسيلي الشاهد على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور لا زالت تروي للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأماط عيش متميزة للإنسان الترقى في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ، وثمة عامل آخر يلعب دوراً حيوياً في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفن الصحراء أي الجمال التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته وركوبه.

إن إتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية، وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات، فإن هناك قضايا أكثر إلحاحاً بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي، ولتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات

¹ عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجيات السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013، ص 147.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

كافية لترقية المرافق الضرورية كشق الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح، وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق.¹ والجدول الآتي يبين عدد السياح الذين يتوافدون على الصحراء الجزائرية خلال الفترة 2018/2015:

الجدول رقم (3-3): موسم السياحة الصحراوية خلال الفترة 2018/2015

السنوات	2015	2016	2017	2018
السياح الجزائريين	218 373	132 597	112 837	300 143
السياح الأجانب	16 504	7 506	17 502	25 871
المجموع	234 877	140 103	130 339	326 014

source: Ministère du tourisme et de l'artisanat , quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

من خلال المعطيات أعلاه نلاحظ بأن عدد السياح الوافدين إلى المناطق الصحراوية للبلاد، بلغ في سنة 2015 أكثر من 234 ألف سائح، وانخفض هذا الرقم إلى حوالي 140 ألف سائح في سنة 2016 أي بنسبة 54.52%، ثم ارتفع عدد السياح الوافدين إلى السياحة الصحراوية ليصل إلى أكثر من 326 ألف سائح في سنة 2018، وتبقى هذه الأرقام ضئيلة وهذا راجع لقلة الإمكانيات وارتفاع تذاكر السفر إلى الصحراء الجزائرية وكذا ارتفاع أسعار الفنادق إن وجدت، حيث أن العديد من الجزائريين يفضلون السفر إلى دول أوروبية أو دول مجاورة توفر أسعارا في متناول أصحاب الدخل المتوسطة.

(3) السياحة الجبلية: إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية التي لم تستطع استقطاب الكثير من السياح المحليين والأجانب، وتحتوي المناطق الجبلية في الجزائر على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، غير أنه للأسف أصبحت اليوم النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم لتقتصر فقط بالترحلق على الثلج في مناطق تيكجدة في بولاية البليدة وتلاغيلف بولاية تيزي وزو، في حين أن السياحة الجبلية لا تقتصر على الترحلق على الثلج فقط فهناك مغارات وكهوف تمتد على مسافات طويلة وهي غير معروفة بالنسبة للسياح وهناك أيضا ثروات أخرى مثل

¹ طالب دليمة، عبد الكريم وهراني، السياحة كأحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، ورقة بحثية ضمن المنتدى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، المنظم يومي 22-23 نوفمبر 2011، ص ص 582-583.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا والفتور شتاء وكلها تعتبر عوامل جذب للسياح.

وفي الواقع، لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة وهيكل مكلفة، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية، وإنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة الوثائقية حول هذه المواقع وضمان السلامة والأمن للسياح وهذا عنصر أساسي وضروري، ومن غير المعقول أن نجد السياح المحليين يعرفون الكثير عن مرتفعات البيرو وجبال الألب وقمم هملايا، بينما نجدهم يجهلون ما في جبال الأوراس وجرجرة والونشريس والهقار.¹

(4) **السياحة المناخية:** تتمتع الجزائر بتنوع مميزات المناخية الأمر الذي يساعدها على تنوع خدماتها السياحية حيث يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر قرب البحار ونوع آخر في الصحراء وعادة ما يكون للسياحة الجبلية فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج وفصل صيفي للراحة وأغراض ترفيهية أخرى، في حين تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحار والبحيرات السياحية إضافة إلى السياحة القروية، حيث يفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى لأنها توفر لهم الهدوء والسكينة والطبيعة الجميلة وهذا ما نلاحظه بالنسبة للعديد من الدول العربية والتي تتيح للسائح وخاصة الأجنبي التقرب من السكان المحليين في الأرياف والإطلاع على ظروف معيشتهم مشاهدة مساكنهم المتواضعة ومشاركتهم في عمليات الزرع والفلاحة ومختلف أنشطتهم اليومية.

(5) **السياحة الثقافية والاجتماعية:** يقوم الأشخاص بزيارة والتعرف على الدول والمناطق خاصة غير المعروفة لديهم، وزيارة المعالم المصنفة كالمقبرة وتلمسان والمواقع الأثرية والمخطوطات والشعوب وعاداتها وتقاليدها وكذلك الصناعات التقليدية التي تتنوع من منطقة إلى أخرى ومن بينها نجد صناعة الحلبي، الفخار، الزرابي واللباس التقليدي... الخ والتظاهرات الثقافية المختلفة في الجزائر، تلعب دورا كبيرا في ترقية السياحة وجلب السياح.²

¹ صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول تسيير الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، المنظم بجامعة باتنة، خلال يومي 26 و 27 أفريل 2003، ص 6.

² وزاني محمد، السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010/2011، ص 134

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

6) السياحة الحموية: تزخر الجزائر بقدرات ومؤهلات حموية معتبرة موزعة عبر كامل التراب الوطني، هذه المؤهلات التي لا يزال جزء كبير منها على حالته الطبيعية وغير مستغل حاليا، ويتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية الحموية، حيث تمثل هذه الإمكانيات قاعدة متينة لتطوير السياحة الحموية، العلاجية والترفيهية والتي تسمح بالتنافسية من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى.

وإن عملية تحيين الحصيلة الحموية عبر التراب الوطني أسفرت على تحديد 282 منبع حموي، من بينها 100 منبع حموي ذات الأولوية والمؤهلة للاستغلال عن طريق إنجاز مشاريع حموية جديدة، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (3-4): جدول تليخيصي للسياحة الحموية نهاية سنة 2018

مشاريع متوقفة	مشاريع في طور الانجاز	المؤسسات الناشطة				العدد		السنة
		مركز العلاج بمياه البحر		مركب حموي		منح استغلال المياه الحموية	المنابع الحموية	
		خاصة	عمومية	خاصة	عمومية			
11	20	1	1	7	8	50	202	2014
10	25	1	1	10	8	55	282	2015
9	30	1	1	13	8	62	282	2016
16	34	1	2	13	8	74	282	2017
16	37	1	2	15	8	79	282	2018

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، متوفرة على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>, تم الاطلاع يوم 2019/01/17.

- Ministère du tourisme et de l'artisanat , quelques indicateurs du tourisme algérien , Direction des systèmes d'information et des statistiques, 2019.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأنه تم اكتشاف منابع حموية جديدة خلال السنوات الأخيرة حيث كانت 202 منبع في سنة 2014 لتصل إلى 282 منبع حموي في أواخر سنة 2018 وهذا ما أسفر عن ارتفاع منح استغلال المياه الحموية لتصل إلى 79 رخصة استغلال في سنة 2018 ، كما نلاحظ ارتفاع عدد المشاريع التي في طور الإنجاز لتصل إلى 37 مشروع (2018)، كما قامت الحكومة بدعم الخواص لإنجاز

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

مركبات حموية خاصة على مستوى هذه المنايع المعدنية ولكن تبقى هذه المشاريع قليلة جدا، وفي هذا الإطار ولدعم وتنشيط السياحة الحموية قامت الحكومة بإنجاز مشروع إستراتيجية تنمية وتطوير السياحة الحموية في الجزائر والذي انبثق عنه إعداد مخطط تنموي للسياحة الحموية والذي يعتمد على 05 توجهات إستراتيجية وهي:

- التوجه الأول: تعريف وإحصاء الموارد الحموية؛
- التوجه الثاني: تطوير العرض الخاص بسياحة الصحة والترفيه؛
- التوجه الثالث: وضع أسس وقواعد هيكلية الشعبة الحموية؛
- التوجه الرابع: جعل السياحة الحموية أداة حقيقة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية؛
- التوجه الخامس: جعل السياحة الحموية واضحة أكثر من خلال تحديد إستراتيجية اتصال وترويج مختصة في هذا المجال.¹

(7) **السياحة الأثرية:** تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف بالغرب الجزائري، يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500 ألف سنة قبل الميلاد، في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5 ألف سنة قبل الميلاد، وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها "النوميديون"، وهذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلفت آثار مختلفة، فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي والهقار التي تعتبر أكبر متحف على الهواء الطلق الذي صنف من طرف منظمة اليونسكو كتراث ثقافي عالمي لما يحتويه من رسومات جدارية ونحوت على الحجر.

(8) **السياحة الدينية:** هناك العديد من المقدسات الدينية التي تزخر بها الجزائر نذكر منها الطريق الروماني، القديس اوغستين، الأب فوكولت الموجودة بمدينة عنابة والتي تجذب السياح غير المسلمين لهذه المدينة من مختلف الدول.²

¹ <https://www.mta.gov.dz>, consulté le 20/01/2019.

² زيان بروجة علي، واقع وأهمية التنافسية السياحية للدول العربية في ظل التحديات المعاصرة-دراسة حالات، أطروحة دكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2016/2017، ص ص 318-319.

المبحث الثاني: تشخيص مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

إن الجزائر تمتلك العديد من المقومات السياحية والتي يمكن أن تؤهلها لتكون من بين الدول جذبا للسياح، إلا أنها لازالت لم تصنع لها المكانة ضمن الخريطة السياحية العالمية، وهذا راجع إلى إهمال القطاع السياحي ضمن مخططات التنمية سابقا ولأسباب أخرى، ولكن مع انهيار أسعار المحروقات في السوق العالمية أصبحت الحكومة تنادي بضرورة النهوض بالقطاع السياحي كما كانت لها جهود كبيرة في تحسين مناخ الاستثمار لجذب السياح والمستثمرين في هذا القطاع، وذلك من خلال تهيئة الأوضاع والظروف السياسية والعمل على حفظ الأمن والسلام الوطني مع تهيئة المناخ الاقتصادي وسن القوانين والإطار التنظيمي والمؤسسي الذي يسمح بقيام المستثمر بإنجاز مشاريعه الاستثمارية في ظروف مناسبة، كما وأعطت لجانب البنى التحتية عناية خاصة سواء تعلق الأمر بجانبها المادي أو الاجتماعي، ومن خلال هذا المبحث سوف نقوم بتشخيص مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر.

المطلب الأول: الجانب السياسي والاقتصادي

تعتبر الجوانب السياسية والاقتصادية من بين الجوانب التي يعطي لها المستثمر الأجنبي والسائح عناية كبيرة لأنه لا يمكن أن يقوم بالتخطيط لرحلته السياحية أو تحويل أمواله إلى بيئة تسودها النزاعات والاضطرابات السياسية وبيئة اقتصادية غير متوازنة.

أولاً- الجانب السياسي: بالرغم من الجهود التي بذلتها الجزائر والمكرسة لترقية وتشجيع الاستثمارات، إلا أن حجم الاستثمارات المسجلة لم تكن تتناسب مع مستوى الطموحات وكذا لم تتوافق مع حجم التسهيلات والحوافز المقدمة للمستثمرين، ويمكن إرجاع ذلك إلى مجموعة من التطورات السياسية التي شهدتها الجزائر والتي كان لها بالغ الأثر في مناخها الاستثماري، وفيما يلي سوف نبرز أهم هذه التطورات:¹

- **تردي الوضع الأمني في الجزائر "العشرية السوداء":** عرفت الجزائر في الخامس أكتوبر من عام 1988 انتفاضة شعبية عارمة نتيجة لتردي الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية، تبنت بعدها الحكومة الجزائرية إصلاحات سياسية تم تتويجها بالدستور الصادر بتاريخ 1989/02/23، أين تم فتح المجال أمام التعددية السياسية وبذلك ظهر ما يفوق أربعون حزبا سياسيا في ظرف قصير، ومع بداية تجسيد هذه الإصلاحات من خلال الانتخابات المحلية والتشريعية لعامي 1990 و1991 بدأ الوضع السياسي يتأزم، فبعد الإضراب السياسي في ماي 1991 وبعدها تحصلت الجبهة الإسلامية للإنقاذ على أغلب المقاعد تم إلغاء الدور الثاني للانتخابات التشريعية، الأمر الذي فاقم من الوضع وأدى إلى تجميد وحل كافة الهيئات المنتخبة، ومنذ تلك الفترة عاشت الجزائر مرحلة عدم الاستقرار والعنف والإرهاب ودخلت بذلك في دوامة من الدماء، ومع تأزم

¹ دحماني سامية، مرجع سابق، ص ص 202-203.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الأوضاع خاصة في عام 1994، كانت دول الجوار لاسيما تونس والمغرب متخوفة من انتقال الأزمة إليها بإعتبار أن كلاهما عرف آنذاك انتشار للحركات الإسلامية والمتمثلة في جماعة العدل والإحسان بالمغرب وحركة النهضة بتونس، لذلك قام المغرب في أوت 1994 بفرض تأشيرة الدخول على الجزائريين للحد من دخولهم إلى الأراضي المغربية.

ولإنهاء الفترة الدامية للعشرية السوداء والإشادة بمساعي الجزائر في مكافحة الإرهاب وتحقيق السلم، ناد الرئيس الأسبق عبد العزيز بوتفليقة بالمشروع الحضاري المتمثل في "ميثاق السلم والمصالحة الوطنية" حيث أصدر مرسوما رئاسيا لإجراء الانتخاب في عام 2005 ليظفر بعدها بنسبة استفتاء معتبرة رغم وجود بعض المعارضين لها، ثم شهدت بعدها الجزائر جهودا مشرفة لدبلوماسيةيتها على الصعيد العربي والإفريقي والتي تتسم بالوسطية والاعتدال، وذلك في العديد من المواقف خاصة وأن الجزائر تعد الدولة الأولى عربيا التي وقفت مع فلسطين وإعترفت بالدولة الفلسطينية ومكنت زعيم حركة التحرير الفلسطينية "ياسر عرفات" من إلقاء خطاب أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة إلى جانب وقوفها مع شعب الصحراء الغربية في تقرير مصيره، وحل أزمة الحدود بين العراق وإيران عام 1975، فضلا عن رفضها لقبول المشاركة في التدخل العسكري بالعراق (أزمة الخليج)، كما ترفض الجزائر في التدخل في شؤونها الداخلية وتنادي بعدم التدخل الأجنبي في كل من سوريا وليبيا.

1- طبيعة النظام السياسي في الجزائر: يرتبط الاستقرار السياسي بمدى خلو الدولة من الاضطرابات الأهلية والأمنية والانقلابات وأعمال العنف ذات الطابع العام، بالإضافة إلى مدى إتزام الحكومات بما تتضمنه القوانين الاستثمارية وبما تعقده من اتفاقيات مع المستثمر، يضاف إلى ذلك طبيعة النظام السياسي القائم في دولة ما.¹

إن توفر الاستقرار السياسي كأحد مقومات البيئة السياسية وكعنصر من عناصر المناخ الاستثماري، فالدول التي تسودها أوضاع سياسية غير ديمقراطية وغير مستقرة، لا يمكنها أن توفر المناخ المناسب للاستثمار،

¹ قتال جمال، بوخاطب ليلي رشيدة، واقع السياسة الإستراتيجية للاستثمار السياحي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، العدد 5، 2018، ص 41.

(*) توالى الحكومات الجزائرية منذ 1988، حيث شغل منصب الوزير الأول في الجزائر العديد من الشخصيات بدءا بالسيد قاصدي مبراح (نوفمبر 1988- سبتمبر 1989)، ثم السيد مولود حمروش (سبتمبر 1989- جوان 1991)، ثم السيد أحمد غزالي (جوان 1991- جويلية 1992)، ثم السيد بلعيد عبد السلام (جويلية 1992- اوت 1993)، ثم السيد رضا مالك (اوت 1993- افريل 1994)، ثم السيد مقداد سيفي (افريل 1994- ديسمبر 1995)، ثم السيد احمد أويحيى (ديسمبر 1995- ديسمبر 1998)، ثم السيد اسماعيل حمداي (ديسمبر 1998- ديسمبر 1999)، ثم السيد احمد بن بيتور (ديسمبر 1999- اوت 2000) ثم السيد علي بن فليس (اوت 2000- ماي 2003) ثم تولى السيد أحمد أويحيى المنصب من جديد (ماي 2003- ماي 2006)، بعدها السيد عبد العزيز بلخادم (ماي 2006- جوان 2008)، وخلال الفترة (جوان 2008- سبتمبر 2012) تولى رئاسة الحكومة من جديد السيد أويحيى، ثم السيد عبد المالك سلال (سبتمبر 2012- ماي 2017)، ثم السيد عبد المجيد تبون (ماي 2017- اوت 2017)، ثم السيد أويحيى (اوت 2017- مارس 2019)، وأخيرا تولى السيد نور الدين بدوي منصب رئيس الحكومة منذ مارس 2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

وبالتالي تحد من قدرة الاقتصاد على استيعاب وتوظيف الاستثمار، كما أن اتسام النظام السياسي بحالة عدم الاستقرار والضبابية يؤخر من خطوات التنمية المرسومة لأنه يفضي بالأمر إلى حالة عدم التأكد وعدم ضمان الحصول على العوائد مستقبلا.

- إن طبيعة النظام السياسي السائد في الجزائر هو نظام مركب (رئاسي جمهوري/برلماني)¹، أما من ناحية اتسام هذا النظام بالاستقرار، نجد أن الجزائر عرفت عدة تطورات سياسية لاسيما في التسعينيات مثلما ذكرنا سابقا أين توالى العديد من الحكومات^(*) ورغم المشاكل الداخلية التي عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة بدءا بمحاذنة تيقنتورين عام 2013، وبعض الاحتجاجات لخلق الاضطرابات السياسية بالبلاد مثل أحداث غرداية الدامية لعام 2014 وبعض الأعمال الإرهابية مثل قطع رأس السائح الفرنسي والمشاكل الأمنية على مستوى الحدود الجزائرية، إلا أنها أثبتت في كل مرة مدى صمودها وقدرتها في التغلب على تلك المشاكل بإمكانياتها الخاصة دون الاستعانة بأحد، وذلك بفضل سياستها المنتهجة وقدرة جيشها الوطني ووعي شعبها بعد المعاناة الكبيرة التي عرفت خلال العشرية السوداء.

- وفي الفترة الأخيرة يسود الجزائر حراك شعبي واسع وشامل النطاق بدأ منذ تاريخ 22 فبراير 2019، حيث عرفت كل أقطار الجزائر استجابة موحدة لنداء التظاهر بعد صلاة الجمعة من كل أسبوع، ويعود سبب هذا الحراك بالدرجة الأولى إلى تمسك الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بالترشح لعهدته رئاسية خامسة وسط جدل كبير حول وضعه الصحي، ولكن هذه المظاهرات تتسم بمجموعة من الخصائص والمميزات والتي أجهرت العالم بأسره، ومن بين هذه المميزات أن هذه التظاهرات تجري بطريقة سلمية، أما الميزة الأساسية الأخرى لهذا الحراك فهي مطالبه التي بدأت وتواصلت بمطالب سياسية محضة من رفضه للعهدته الخامسة، ثم رفضه لتمديد العهدته الرابعة إلى تغيير النسق السياسي بأكمله وهذا يختلف جذريا مع المطالب التي بقيت تحرك الاحتجاجات الاجتماعية خلال عقود من الزمن²، ولكن الجزائر أكدت في كل مرة عن قدرتها في حل مشاكلها الداخلية دون تدخل أطراف أجنبية، كما أن الشعب الجزائري يعي تماما بأهمية الوحدة بين أبناء الجزائر لاسيما عند الشدائد، ومتيقن بضرورة حماية أرضه والدفاع عنها وتقديم الوطن على الذات.

ثانيا- الجانب الاقتصادي: إن ارتباط تحقيق التنمية في الجزائر بالموارد النفطية غير المستقرة نتيجة هيمنة قطاع المحروقات يبرز مدى هشاشة الاقتصاد الجزائري، باعتباره اقتصاد ريعي أحادي الإنتاج والمورد، وبالنظر

¹ دحاني سامية، مرجع سابق، ص 205.

² لويبة آيت حمادوش، تقرير حول الحراك الشعبي في الجزائر: بين الانتقال المفروض والانتقال التعاقد، مركز الجزيرة للدراسات، 2019/03/19.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

إلى ضخامة الموارد المالية النفطية خاصة في الفترة 2000-2014، ورغم تحسن أداء الاقتصاد الجزائري من حيث تحقيق التوازنات الاقتصادية الكلية الداخلية والخارجية لكنه كان ظرفيا ولم يساهم في تحفيز النمو ولا في خلق قطاعات أخرى يمكن من خلالها الحصول على إيرادات.

أ. المؤشرات الاقتصادية الكلية الرئيسية لاقتصاد دولة الجزائر:

عمدت الجزائر إلى تبني إستراتيجية من خلال سياسة إنفاقية توسعية خاصة قبل تراجع أسعار النفط سنة 2014، حيث كانت تهدف هذه السياسة إلى إنعاش الطلب الكلي وبعث ديناميكية الاستثمار لإنعاش المؤشرات الاقتصادية الكلية، ومن أجل تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر ركزنا في هذا العنصر على بعض المؤشرات الرئيسية التي تعكس التوازن الاقتصادي الكلي، والجدول التالي يوضح تطور بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية في الجزائر:

الجدول رقم (3-5): تطور بعض المؤشرات الاقتصادية لدولة الجزائر خلال الفترة 2018/2000

2018	2017	2016	2015	2014	2013	متوسط	السنوات
						-2000 2012	
173.7	167.3	160.0	165.9	213.8	209.7	119.4	الناتج المحلي الإجمالي -مليار دولار-
4114	4081	3825	4133	5472	5477	-	متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية-دولار أمريكي-
4.2	5.9	6.4	4.8	2.9	3.3	3.8	نسبة التضخم %
12.14	11.7	10.4	10.10	9.5	9.8	-	معدل البطالة %
-	3.9	3.8	3.0	3.7	3.4	20.9	الدين الخارجي - مليار دولار
87.3	104.8	120.2	142.6	177.4	192.4	92.3	الاحتياطات الدولية - مليار دولار

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار واثتمان الصادرات، الاقتصاد العربي مؤشرات الأداء 2000-2018، العدد الفصلي الرابع لسنة 2016؛
- صندوق النقد العربي، تنافسية الاقتصادات العربية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 45.
- صندوق النقد العربي، آفاق الاقتصاد العربي، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، سبتمبر 2018.
- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2018.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

بالاطلاع على محتوى الجدول المذكور أعلاه وعلى صعيد معدلات الناتج المحلي الإجمالي نلاحظ بأن الجزائر حققت نمو مستمر ومتزايد في الناتج المحلي الإجمالي حتى سنة 2014 ولقد كان للنفط دور رئيسي في الزيادة الكبيرة التي شهدتها الناتج المحلي الإجمالي، وبعد الانخفاض الذي شهدته أسعار المحروقات في سنة 2014، انخفضت قيم الناتج المحلي الإجمالي خلال سنتي 2015 و2016 لتحسن قيمته في سنة 2018 ليصل إلى 173.7 مليار دولار، أما بالنسبة لتطور نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، هذا الأخير الذي يعتبر كمحصلة لنمو الناتج المحلي الإجمالي بمعدل يزيد عن معدل نمو السكان في الجزائر، حيث نلاحظ ارتفاع متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي حتى سنة 2014 متزامنا مع نمو الناتج المحلي، لينخفض بعد هذه الفترة ليصل إلى 4114 دولار أمريكي خلال سنة 2018، وتعتبر الجزائر من بين البلدان المتوسطة الدخل.

أما بالنسبة لمعدلات التضخم فقد عرفت تقلبات لم تتعدى 6.5% ماعدا سنة 2012 الذي سجل فيه معدل التضخم قيمة 8.9% ليتراجع بعدها إلى 3.3% في عام 2013 ثم 2.9% في عام 2014، وبعدها ارتفع في عام 2015 إلى 4.8% ليستمر في الارتفاع في سنة 2016 ليصل إلى 6.4% ثم انخفض مجددا في سنة 2018 ليحقق معدل قدره 4.2%، وترجع أهم العوامل المولدة للضغوط التضخمية في الجزائر إلى التوسع في مكونات الإنفاق الكلي سواء استهلاك العائلات أو الاستهلاك الحكومي وكذا زيادة الأجور وما ينجم عنه من زيادة الطلب الاستهلاكي وزيادة تكاليف الإنتاج وبالتالي ارتفاع أسعار السلع والخدمات ولذلك ترجع أسباب التضخم في الجزائر إلى عاملين رئيسيين وهما: تضخم أسعار الواردات بسبب ارتفاع أسعار السلع المصنعة المستوردة نتيجة انخفاض قيمة الدينار الجزائري مقابل الدولار وهو تضخم مستورد والإنفاق الحكومي المتزايد.

وفيما يخص معدلات البطالة فإنها لم تتجاوز معدل 13%، حيث تراوحت بين قيمتي 9.8 و9.5% بالنسبة لسنتي 2013 و2014 على التوالي، ويمكن القول بأن اعتماد الحكومة على سياسة الإنفاق التوسعي لتنشيط سوق التشغيل في الجزائر خلال فترة البحبوحة المالية حقق نجاحا نسبيا وذلك من خلال تراجع معدلات البطالة التي فاقت قيمة 27% في سنة 2001.

وبالنسبة لحجم المديونية الخارجية الإجمالية للجزائر فإنها عرفت انخفاضا ملحوظا خلال السنوات 2013 و2014 لتصل إلى أدنى مستوى لها بقيمة 3 مليار دولار في سنة 2015 بعدما كان متوسط قيمة الديون الإجمالية خلال الفترة 2000-2012 حوالي 20.9 مليار دولار، وهذا الانخفاض يعود إلى إتباع الجزائر سياسة التسديد المسبق للديون الخارجية بالإضافة إلى الديون البالغ أجل استحقاقها، حيث أنها استخدمت

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

جزء من عوائد صادراتها النفطية في تقليص مديونيتها الخارجية، بحيث انخفضت من 21.41 مليار دولار نهاية 2004 إلى 5.06 مليار دولار نهاية سنة 2006 ليصل إلى 3.9 مليار دولار في سنة 2017. أما بالنسبة لحجم الاحتياطات الخارجية الرسمية فقد تمكنت الجزائر من زيادة احتياطاتها بصورة ملحوظة خلال سنة 2013 لتصل إلى 192.4 مليار دولار، لكن سرعان ما تراجعت قيمتها ابتداء من سنة 2014 وهذا كنتيجة لقيام الجزائر بالسحب من احتياطاتها لتمويل عجز موازنتها الحكومية ولتغطية واردات الدولة من السلع والخدمات خاصة بعد انخفاض أسعار النفط، باعتبار أن إيرادات الطاقة تمثل حوالي 95% من إجمالي صادرات الجزائر، أما فيما يتعلق بمؤشر تغطية الاحتياطات الرسمية في الجزائر للواردات السلعية فتشير تقديرات البنك الدولي إلى أنه في عام 2020 سيغطي احتياطي النقد الأجنبي خمسة أشهر فقط من الاستيراد لا أكثر.

ب. تحليل الوضعية الاقتصادية لدولة الجزائر من خلال البنية القطاعية للاقتصاد:

تتمثل القطاعات التي تشكل الاقتصاد الوطني في قطاع المحروقات، قطاع الفلاحة، قطاع الصناعة بالإضافة إلى قطاعات أخرى، وللإطلاع على وضعية هذه القطاعات قمنا بإعداد الجدول التالي الذي يوضح مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي الإجمالي:

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الجدول رقم(3-6): مساهمة القطاعات الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة 2017/2005

الوحدة: مليار دينار جزائري

القطاعات	الفلاحة	نسبة المساهمة %	الخروقات	نسبة المساهمة %	الصناعة خارج الخروقات	نسبة المساهمة %	البناء والأشغال العمومية	نسبة المساهمة %	الخدمات	نسبة المساهمة %
2005	581.6	7.7	3352.9	44.3	421.0	5.6	564.4	7.5	1518.9	20.1
2006	641.3	7.5	3882.2	45.6	446.8	5.2	674.3	7.9	1698.1	19.9
2007	704.2	7.5	4089.3	43.5	476.0	5.1	825.1	8.8	1924.8	20.5
2008	711.8	6.4	5001.5	45.3	515.2	4.7	956.7	8.7	2141.0	19.4
2009	931.3	9.3	3109.1	31.2	570.7	5.7	1094.8	11.0	2349.1	23.6
2010	1015.3	8.5	4180.4	34.9	617.4	5.1	1257.4	10.5	2586.3	21.6
2011	1183.2	8.1	5242.1	36.1	663.8	4.6	1333.3	9.2	2862.6	19.7
2012	1421.7	8.8	5536.4	34.4	728.6	4.5	1491.2	9.3	3205.6	19.9
2013	1627.8	9.8	4968.1	30	765.5	4.6	1620.2	9.8	3827.4	23.1
2014	1772.2	10.1	4657.8	27.0	837.7	4.8	1794.0	10.7	4186.4	24.2
2015	1935.1	11.1	3134.3	18.7	904.6	5.4	1917.2	11.4	4546.6	27.2
2016	2140.3	12.2	3025.6	17.3	975.7	5.6	2069.3	11.8	4837.8	27.7
2017	2318.9	12.2	3608.8	19.0	1037.0	5.4	2213.6	11.7	5153.9	27.2

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

- تقارير بنك الجزائر لمجموعة من السنوات.
- الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام- نتائج 2016/2014، نشرة 2017.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

وفقا لمعطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن نقطة الضعف الرئيسية لأداء الاقتصاد الوطني تكمن في ضعف مساهمة القطاعات خارج المحروقات في الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن التطرق إلى مساهمة هذه القطاعات الاقتصادية فيما يلي:

- قطاع المحروقات: يلاحظ من خلال الجدول هيمنة قطاع المحروقات حيث قدرت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي في المتوسط خلال الفترة 2005-2017 ما قيمته 32.86%، كما نلاحظ بأن انخفاض مساهمة قطاع المحروقات في الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2015 أين بلغت 3134.3 مليار دينار جزائري بسبب الانخفاض الذي شهدته أسعار النفط في سنة 2014 حيث أدى إلى انخفاض الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2015 ليصل إلى 16702.1 مليار دج مما يوضح أنه المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي في الاقتصاد الجزائري.

- قطاع البناء والأشغال العمومية: يعد هذا القطاع من أهم القطاعات التي استفادت بشكل كبير من مخصصات كبيرة ضمن برامج الإنعاش الاقتصادي، حيث نلاحظ زيادة مستمرة لمساهمة قطاع البناء والأشغال العمومية في الناتج المحلي الإجمالي، أين انتقلت قيمة مساهمته من 564.4 مليار دينار جزائري في سنة 2005 إلى ما قيمته 2213.6 مليار دينار جزائري في سنة 2017، وحقق هذا الأخير متوسط مساهمة قدر ب 9.86% خلال هذه الفترة، وهذا نتيجة تزايد حجم الإنفاق العام الموجه خاصة لقطاع السكن والمنشآت القاعدية والبنية التحتية.

- قطاع الفلاحة: تبقى مساهمة قطاع الفلاحة ضعيفة مقارنة بالقطاعات الأخرى وقيمها محتشمة إذا ما تكلمنا عن خطط واستراتيجيات الدولة في دعم القطاع الفلاحي خلال عدة سنوات، حيث بلغ متوسط مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي خلال هذه الفترة قيمة 9.16%، حيث أن الإنتاج في القطاع الفلاحي لا يزال يخضع للظروف المناخية، وحقق هذا القطاع في سنة 2008 أسوأ أداء له منذ ثمانية سنوات وتراجعت قيمته المضافة بنسبة -5.3%، كما تجدر الإشارة إلى أن هذه النتيجة السلبية لقطاع الفلاحة زادت بشكل أكبر من تفاقم تبعية الجزائر الغذائية.

- قطاع الصناعة: سجل هذا القطاع قيم مساهمة متدنية مقارنة بالقطاعات الأخرى، حيث بلغ متوسط مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي خلال هذه الفترة 5.1%، وهذه المساهمة المتدنية راجعة لعدم تجاوب هذا القطاع مع البرامج المسطرة لتنميته، حيث لا يزال هذا القطاع يعاني منذ سنوات عدم وضوح معالم الإستراتيجية الصناعية والى مشاكل أخرى مازال يتخبط فيها من مشكل العقار الصناعي والإجراءات الإدارية المعقدة، كما وأن ضعف تنافسية الإنتاج الوطني وهيمنة المنتجات المستوردة والأقل كلفة والأكثر تنافسية أثر على القطاع الصناعي.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

وكتيجة يمكن القول بأن التأثير القوي لقطاع المحروقات على الاقتصاد الجزائري بالنظر لحجم مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي هو المحدد الرئيسي لمعدلات النمو الاقتصادي، حيث يبقى الاقتصاد الوطني حساس ومعرض للصدمات الخارجية الناتجة عن تقلبات أسعار المحروقات، ولهذا يتوجب على الدولة الجزائرية إتباع سياسة التنويع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، بالتركيز أولاً على دعم القطاع الفلاحي كقطاع رئيسي بما أن الدولة تمتلك مختلف المقومات المساعدة على تطوير هذا القطاع، ثم تشجيع القطاع الصناعي بالعمل على تحسين مناخ الأعمال من خلال تبسيط الإجراءات وتوفير العقار والتمويل مع حرص الحكومة على دعم وترقية وتكوين الأطر واليد العاملة المؤهلة ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعلى هذا النحو ومع تقديم المزيد من التحفيزات والدعم للمستثمرين في القطاع السياحي يمكن لهذا الأخير أن يحقق نتائج إيجابية مستقبلاً.

المطلب الثاني: الإطار القانوني، التشريعي والتنظيمي للاستثمار السياحي

لقد حظي الاستثمار السياحي في الجزائر بإمميزات وتسهيلات عديدة ومتنوعة تعكس رغبة الحكومة الجزائرية في تنمية ودعم هذا القطاع، حيث تنوعت تلك الامتيازات بين منظومة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي تحكم الاستثمار السياحي والدعم المالي والتخفيضات الضريبية، بالإضافة إلى الدعم المادي والمرافقة المعنوية للمستثمر في القطاع السياحي والتي سوف نتطرق إليها بنوع من التفصيل فيما يلي:

أولاً- الامتيازات والتحفيزات المتعلقة بالاستثمار السياحي:

1. الامتيازات المتضمنة في قانون تطوير الاستثمار لسنة 2001: يعتبر هذا القانون الإطار المرجعي للاستثمار في الجزائر قبل سنة 2016، حيث تسري أحكام هذا القانون على المستثمرين المحليين أو الأجانب على حد سواء، وتم بموجب هذا القانون إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار (APSI)، حيث قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين الوطنيين والأجانب نصنفها إلى نوعين وهما:¹

أ. النظام العام: تتمثل هذه المزايا فيما يلي:

تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمارات، بالإضافة للإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في إنشاء الاستثمارات والإعفاء من دفع رسم نقل الملكية فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني.

¹ الأمر رقم 03-01 الذي يحدد تطوير الاستثمار، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 47، المؤرخ في 20 أوت 2006.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

ب. النظام الاستثنائي: تخص هذه المزايا الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة، وكذا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني، لاسيما الاستثمارات التي تحافظ على البيئة وتقضي إلى تنمية مستدامة، وتقسم المزايا في ظل هذا النظام إلى قسمين:

➤ عند إنجاز الاستثمار: حيث يستفيد الاستثمار من المزايا الآتية:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل حقوق الملكية للمقتنيات العقارية التي في إطار الاستثمار؛
- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 2% في ما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار سواء مستوردة أو محلية؛
- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

➤ عند انطلاق الاستغلال:

- الإعفاء لمدة عشرة سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات ومن الضريبة على الدخل الإجمالي وعلى الأرباح الموزعة ومن الدفع الجزائي ومن الرسم على النشاط المهني؛
- الإعفاء لمدة عشرة سنوات ابتداء من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار؛
- منح مزايا إضافية من شأنها أن تحسن وتسهل الاستثمار كتأجيل العجز وآجال الاستهلاك.

2. قانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية السياحية المستدامة:

- لقد صدر هذا القانون بتاريخ 17 فيفري 2003 والذي يحدد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا التدابير وأدوات تنفيذها، حيث يهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل¹:
- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة؛
 - إدماج مقصد "الجزائر" ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية؛

¹ المادة (2) من قانون التنمية المستدامة للسياحة رقم 03-01 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فيفري 2003، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل 19 فيفري 2003، ص 05.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال؛
 - تنوع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية؛
 - تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
 - المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية؛
 - تحسين نوعية الخدمات السياحية وترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي؛
 - التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية وتثمين التراث السياحي الوطني.
- ولقد ركز هذا القانون على تنمية الأنشطة السياحية ومراعاة مبادئ حماية الموارد الطبيعية والمتاحات الثقافية والتاريخية وهذا ضمنا للقدرة التنافسية للعرض السياحي وقد نصت المادة السابعة من هذا القانون على أن الدولة تتكفل بالأعباء المترتبة عن إعداد الدراسات وأشغال التهيئة القاعدية وإنجازها داخل مناطق التوسع السياحي وهذا من أجل توفير كل الشروط الضرورية لترقية الاستثمار السياحي وقد ركز هذا القانون على النقاط التالية:

- أ. **التهيئة السياحية:** يقصد بالتهيئة السياحية مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية للفضاءات والمساحات الموجهة لإستقبال الاستثمارات السياحية والتي تقع تكلفتها على عاتق الدولة، حيث تتجسد هذه الأشغال في الدراسات التي تُحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها¹، وتساهم التهيئة السياحية في²:
- التنمية المنسجمة للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية وكذا الحفاظ عليها؛
 - إدماج الأنشطة السياحية في أدوات تهيئة الإقليم والتعمير.
- تتم التهيئة السياحية في إطار احترام الأحكام القانونية والتنظيمية المتعلقة بحماية التراث الثقافي والعمران، حيث تكتسي عمليات تحديد وتشخيص وتثمين منابع المياه الحموية طابع المنفعة العامة وتقع هذه العمليات على عاتق الدولة حيث تتكفل الدولة بإعداد الحصيلة الحموية وتسهر على تحسينها بشكل دائم وتستفيد مناطق التوسع والمانبع الحموية من النظام التفضيلي المقرر في أحكام المواد من 20 إلى 24 من الأمر رقم 03-01.

¹ المادة 3 من القانون السابق ص05.

² المادة 13 من القانون السابق ص06.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

ب. دعم التنمية السياحية: تتخذ الدولة إجراءات وأعمال الدعم وتقديم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة واستحداث آثار ايجابية على الاقتصاد الوطني، وتهدف إجراءات المساعدة ودعم النشاط السياحي إلى تحقيق ما يأتي¹:

- إعطاء دفع للنمو الاقتصادي وتشجيع إحداث مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها؛
- إدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور والتكيف التكنولوجي؛
- ترقية نشر الإعلام ذي الطابع التجاري والاقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة؛
- تشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع وهياكل الاستقبال الموجهة للسياحة؛
- ترقية محيط ملائم لتحفيز روح المبادرة وتطوير السياحة؛
- اعتماد سياسة تكوين وتسيير الموارد البشرية وتشجيع الاحترافية وروح الإبداع والابتكار؛
- تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات والخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم؛
- تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع السياحية؛
- تشجيع بروز محيط اقتصادي وقانوني يوفر الدعم للأنشطة السياحية ويضمن شروط ترقيتها واثميتها في إطار منسجم.

ت. تامين الخدمات والترقية السياحية: قصد تامين الخدمات والترقية السياحية، تشجع السلطات العمومية تطوير التكوين المتخصص والملائم لمهن السياحة والأنشطة السياحية وتسهر على توسيع مجال الترقية والإعلام السياحيين.

3. القانون رقم 03-02 الذي يحدد القواعد العامة للاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ:

صدر هذا القانون في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل17 فيفري 2003، ويهدف إلى²:

- حماية واثمين الشواطئ قصد إستفادة المصطافين منها بالسياحة والاستجمام والخدمات المرتبطة بها؛
- توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة؛
- تحسين خدمات إقامة المصطافين؛
- تحديد نظام تسليية مدمج ومتناسب مع نشاطات السياحة الشاطئية؛

¹ المادة 19 من القانون السابق ص07.

² المادة 2 من القانون 03-02 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل17 فيفري 2003، الذي يحدد القواعد العامة للاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة في 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل19 فيفري 2003، ص09.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

كما حدد هذا القانون شروط وكيفيات استغلال الشواطئ حيث يخضع استغلالها لحق الامتياز حسب دفتر شروط طبقاً لأحكام هذا القانون، ويحدد دفتر الشروط المواصفات التقنية والإدارية والمالية للامتياز وتتم المصادقة عليه عن طريق التنظيم، حيث يلزم صاحب الامتياز بضمان التنقل الحر للمصطافين على طول الشاطئ محل الامتياز في شريط ساحلي يحدد عرضه في دفتر الشروط أما التجهيزات والخدمات المقدمة للمصطافين فيكون الانتفاع بها بالمقابل لصالح المستغل، ويمنح الامتياز لكل شخص طبيعي أو اعتباري ترسو عليه المزايدة ويتعهد بإحترام دفتر الشروط، ويمنح حق الامتياز بصفة أولوية إلى المؤسسات الفندقية المصنفة بالنسبة للشواطئ التي تكون إمتداداً لها طبقاً للتنظيم المعمول به.

يمكن أن يستغل الشاطئ بحكم شجاعته وطبقاً لمخطط تهيئته من قبل مستغل واحد أو أكثر ويلزم صاحب أو أصحاب الامتياز باحترام هذا المخطط وإرفاقه بإتفاقية الامتياز ، حيث يلتزم هذا المستغل ب¹:

- تهيئة الشاطئ وملحقاته قصد استغلالها السياحي؛
- العناية المنتظمة بالشاطئ وصيانة ملحقاته والتجهيزات؛
- إعادة الأماكن إلى حالتها الطبيعية بعد إنتهاء موسم الاصطياف؛
- السهر على راحة وأمن وطمأنينة المصطافين؛
- توظيف مستخدمين مؤهلين بعدد كاف؛
- فتح مركز إسعافات أولية؛
- المحافظة على الحالة الجيدة للعتاد الضروري للإستغلال الحسن للشاطئ؛
- السهر على نظافة الشاطئ المتنازل عليه؛
- القيام بنزع النفايات ومختلف الأشياء المضرّة بالمظهر الحسن للشاطئ أو الخطيرة على المصطافين؛
- إشهار أسعار الخدمات المقدمة للمصطافين.

4. القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية: صدر هذا القانون في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17 فيفري 2003، ويقصد بمناطق التوسع السياحي حسب المادة 02 من هذا القانون "كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نط أو أكثر من السياحة ذات مردودية، أما المواقع السياحية فهي كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بنايات مشيدة عليه معترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية ، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل

¹ المادتين 30 و31 من القانون السابق ص ص 11 12.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الطبيعة أو الإنسان"، ويحدد هذا القانون مبادئ و قواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية ويهدف إلى¹ :

- الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية قصد ضمان التنمية المستدامة للسياحة؛
- إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و حماية المقومات الطبيعية للسياحة؛
- المحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استعمال وإستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية؛
- إنشاء عمران مهياً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز. وقصد تشجيع تنمية وحماية مناطق التوسع والمواقع السياحية تعد الدولة استراتيجيات وبرامج من شأنها إحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني تكون متطابقة مع التشريعات المتعلقة بحماية البيئة والساحل، وبحماية التراث الثقافي عندما تحتوي هذه المناطق على تراث ثقافي مصنف، كما يمنع كل استعمال أو استغلال لمناطق التوسع والمناطق السياحية يؤدي إلى تشويه طابعها السياحي.
- تصنف مناطق التوسع والمواقع السياحية كمناطق سياحية محمية وبهذه الصفة تخضع إلى إجراءات الحماية الخاصة الآتية²:

- شغل واستغلال الأراضي الموجودة داخل هذه المناطق والمواقع في ظل احترام قواعد التهيئة والتعمير؛
 - الحفاظ على مناطق التوسع والمواقع السياحية من كل أشكال تلوث البيئة وتدهور الموارد الطبيعية والثقافية؛
 - إشراك المواطنين في حماية التراث والمتاحات السياحية؛
 - منع ممارسة كل نشاط غير ملائم مع النشاط السياحي.
- وتتم تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية وفق مواصفات مخطط التهيئة السياحية الذي تعدّه الإدارة المكلفة بالسياحة في إطار تشاوري ومصادق عليه عن طريق التنظيم حيث يكون بمثابة رخصة تجزئة للأجزاء القابلة للبناء، إذ يشمل هذا المخطط على³:
- حماية الجمال الطبيعي والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملاً أساسياً للجذب السياحي؛

¹ المادة 1 من القانون 03-03 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فيفري 2003، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11 الصادرة في 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل 19 فيفري 2003 ص ص 14 - 15.

² المادة 10 من القانون السابق ص ص 15 - 16.

³ المادة 14 من القانون السابق ص 16.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- إنجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية.
 - هذا ويهدف مخطط التهيئة السياحية إلى:
 - تحديد المناطق القابلة للتعمير والبناء مع تحديد المناطق التي يجب حمايتها ؛
 - تحديد برنامج النشاطات المزمع إنجازها و تحديد التهيئات البنوية المزمع إنجازها؛
 - تحديد الوظائف المتطابقة والاستثمارات المناسبة؛
 - إعداد التجزئة المخصصة للمشاريع المراد تحقيقها عندما تقتضي الضرورة لذلك.
- كما تستند مهمة إقناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، المعدة لإنجاز المنشآت السياحية إلى "الوكالة الوطنية لتنمية السياحة"
5. المرسوم رقم 06-325 المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها: صدر هذا المرسوم بتاريخ 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2006، ويهدف إلى تحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها، حيث نصت المواد من 04 إلى 09 على مجموعة من الإجراءات وجب التقيد بها عند بناء مؤسسات فندقية وهي¹:
- لا يمكن إحداث أي تحويلات على العناصر الأساسية لهندسة البناية؛
 - يتم ترميم البنايات المصنفة كمعالم تاريخية طبقا لتقنيات وقواعد الترميم المعمول بها في هذا المجال؛
 - عند القيام بعمليات التجديد للمؤسسة الفندقية وجب الالتزام بتحسين الخدمات داخلها؛
 - في حالة إعادة الاعتبار للمؤسسة الفندقية يجب أن لا تتسبب الأشغال في حذف عناصر الهياكل على حسب إستقرار البناية؛
 - يجب احترام مخططات التزيين والنقوش والعناصر الأصلية خلال عملية الترميم؛
 - يجب أن يأخذ بعين الاعتبار الإدماج المعماري مقارنة بالتجهيز الأصلي عند ترميم بناية أو بنايات موضوع توسيع مؤسسة فندقية متواجدة.

¹ المادة 04 إلى المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 06-325 المؤرخ في 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2009، الذي يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 58، الصادرة في 27 شعبان 1427 الموافق ل 20 سبتمبر 2006، ص 15.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

6. المرسوم التنفيذي رقم 07-23 الصادر بتاريخ 28 جانفي 2007 الذي يحدد كيفية إعادة بيع

الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها:

يحدد هذا القانون كيفية إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية ومنح حق الامتياز عليها¹، وتقوم الدولة ببيع أو تخصيص الأراضي المقبولة بمخطط التهيئة السياحية لصالح الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بإتفاق ودي بين وزير السياحة والمالية ومن ثم تقوم الوكالة بتهيئة هذه الأراضي بشكل كامل من خلال تزويدها بالمياه والإنارة العمومية ومجري الصرف الصحي وشبكة الطرق والمساحات الخضراء ومن ثم تقوم الوكالة بتبليغ المستثمرين بكل الوسائل لهذه الأراضي وتعطيهم فكرة كافية على موقع الأرض وسعر البيع أو مبلغ الامتياز ومساحة الأرض والمشاريع المحددة في برنامج التهيئة وكذا الإعانات والدعم المالي المحتمل الممنوح من طرف الدولة.

أما من ناحية المستثمر الذي يرغب في إقتناء الأرض أو الحصول على حق الامتياز يتقدم بطلب لوزير السياحة مرفقا بملف، ثم يرسل هذا الطلب المرفق بملف من طرف وزير السياحة إلى اللجنة الخاصة قصد دراسته في أجل 08 أيام من تاريخ إيداعه وتلزم اللجنة بإبداء رأيها التقني في أجل 15 يوم، ويكون رأيها إما بالموافقة أو الموافقة بشروط تلزم صاحب الطلب باستيفائها أو بالرفض، أما في حالة تعدد الطلبات المتعلقة بنفس الأرض يجب على اللجنة أن تمنح الأولوية للطلب الذي يحتوي على مجموعة من الخصائص والتي تتمثل في طبيعة المشروع وعدد مناصب الشغل الذي سيحدثها والمستوى المالي الهام للاستثمار، وأثر المشروع على التنمية المحلية وفي حالة القبول يعلم الوزير المكلف بالسياحة بقبول الطلب وترسل نسخة إلى الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وإدارة الأملاك الوطنية وذلك من أجل تحرير عقود البيع أو الامتياز، ويقوم صاحب الطلب عند قبول المشروع بدفع سعر الأرض في حالة بيعها أو دفع إتاوة لصندوق مفتشية أملاك الدولة المختصة إقليميا في حالة الاستفادة من حق الامتياز لمدة مؤقتة وقابلة للإبطال لمدة 20 سنة قابلة للتجديد.

7. المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق ل 19 فيفري 2007 الذي

يحدد شروط وكيفية منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية: ينص هذا المرسوم على كيفية منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية²، وقد عرف المياه الحموية على أنها مياه مجذوبة من نبع طبيعي أو

¹ مرسوم رقم 07-23 المؤرخ في 09 محرم 1428 الموافق ل 18 جانفي 2007، الذي يحدد كيفية إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 08، الصادرة في 12 محرم 1428 الموافق ل 31 جانفي 2007، ص 04.

² مرسوم رقم 07-69 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق ل 19 فيفري 2007، الذي يحدد شروط وكيفية منح حق امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة في 3 صفر 1428 الموافق ل 21 فيفري 2007، ص 07.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

بئر محفورة والتي يمكن أن تكون لها خاصيات علاجية نظرا للطبيعة الخاصة لمصادرها وثبات مميزاتا الطبيعية ومكوناتها الكيماوية، ويكون استعمال واستغلال المياه الحموية في كل الحالات موضوع امتياز ويقوم المستثمر بطلب إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية بعد موافقة اللجنة التقنية للمياه الحموية ويرسل طلب الامتياز في 5 نسخ إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية عن طريق الوالي المختص إقليميا ويقوم هذا الأخير بإرسال هذا الطلب مرفقا برأيه في أجل لا يتعدى شهرين.

8. القرار المؤرخ بتاريخ 10 سبتمبر 2009 الذي يحدد شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل المعدة للفندقة: يحدد هذا القرار شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل الأخرى المعدة للفندقة¹، إذ أنه يفرض على المستثمر طلب رخصة الاستغلال يسلمها مدير السياحة الولائي مرفقة بمجموعة من الوثائق وينبغي على مدير السياحة الولائي الرد على الطلب في أجل لا يتعدى 30 يوم ابتداء من تاريخ استلام الملف ويصدر الرد إما بالقبول أو الرفض ويجب أن يكون هذا الأخير معللا، ويبلغ إلى صاحب الطلب أما في حالة قبول الطلب في شكله ومضمونه ترسل نسخة من رخصة الاستغلال إلى المديرية المؤهلة للوزارة المكلفة بالسياحة.

9. الامتيازات المنصوص عليها في القانون رقم 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار: إن المشرع في تعديله لقانون الاستثمار لسنة 2016 تناول نفس المزايا في القسم الثاني (المزايا المشتركة لكل الاستثمارات القابلة للاستفادة)، فيستفيد من هذه المزايا في عدة مراحل من الانجاز إلى غاية الاستغلال النهائي للمشروع، ونستنتج من هذه النصوص القانونية على أنه:

أ. المشاريع المنجزة في الشمال:

- **مرحلة الانجاز:** يستفيد المستثمر من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار، والإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار، وكذا الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار المعني، بالإضافة إلى الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية، وتطبق هذه المزايا على المدة الدنيا لحق الامتياز الممنوح، وتخفيض بنسبة 90% من مبلغ الإتاوة التجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة خلال فترة إنجاز الاستثمار، وكذا الإعفاء لمدة

¹ قرار مؤرخ في 20 رمضان 1430 الموافق ل 10 سبتمبر 2009 الذي يحدد شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل المعدة للفندقة، الصادر في الجريدة الرسمية، عدد 62، الصادرة في 09 ذو القعدة 1430 الموافق ل 28 أكتوبر 2009، ص 17.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

عشر سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار، ابتداء من تاريخ الاقتناء والإعفاء من حقوق التسجيل المتعلقة بالعقود التأسيسية للشركات والزيادات في رأسمال.

- **مرحلة الاستغلال:** لمدة ثلاث سنوات بالنسبة للاستثمارات المحدثة حتى مائة (100) منصب شغل وبعد معاينة الشروع في النشاط الذي تعده المصالح الجبائية بطلب من المستثمر: من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات (IBS)، الإعفاء من الرسم على النشاط المهني (TAP)، بالإضافة لتخفيض بنسبة 50% من مبلغ الإتاوة التجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة.

ب. الاستثمارات المنجزة في الجنوب والهضاب العليا والمناطق التي تستدعي تمهينها مساهمة خاصة من قبل الدولة:

- **مرحلة الانجاز:** يستفيد المستثمر من الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة وغير المستثناة من المزايا والتي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار، والإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة من المزايا والتي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار، بالإضافة إلى الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعوض والرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار المعني، وكذا الإعفاء من حقوق التسجيل ومصاريف الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الممنوحة الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية، تطبق هذه المزايا على المدة الدنيا لحق الامتياز، والإعفاء لمدة عشر (10) سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار، كما تتكفل الدولة بشكل كلي أو جزئي بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار وذلك بعد تقييمها من طرف الوكالة.

- **مرحلة الاستغلال لمدة عشر (10) سنوات:** إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات وإعفاء من الرسم على النشاط المهني، وتخفيض بنسبة 50% من مبلغ الإتاوة التجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة.

ت. الاستثمارات ذات أهمية للنشاطات ذات الامتياز و المنشئة لمناصب الشغل: هذه المزايا هي حديثة النشأة بموجب هذا القانون، فلقد نص عليها في المواد 15 و 16 منه، فهي لا تلغي المزايا المذكورة في المواد 12 و 13 من نفس القانون منها التحفيزات الجبائية والمالية بالنسبة للمشاريع السياحية والصناعية والفلاحية، كما أن مدة هذه المزايا تزداد لفائدة الاستثمارات المنجزة في المناطق المحددة عن

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

طريق التشريع المعمول به نجد منها المناطق الجنوبية والهضاب العليا، من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات عندما تنشأ أكثر من 100 منصب شغل.¹

- امتيازات في مرحلة انجاز الاستثمار: حيث يستفيد المستثمر عند انجاز الاستثمار من الإعفاء من دفع حقوق الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار، أي الإعفاء من دفع حقوق التسجيل المتعلقة بنقل الملكية، وتكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار ويستفيد من الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار سواء كانت مستوردة أو مقتناة من السوق المحلية، وذلك عندما تكون هذه السلع والخدمات موجهة لإنجاز عمليات تخضع للضريبة على القيمة المضافة.

- امتيازات في مرحلة الاستغلال: حيث يستفيد المستثمر من الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات ومن الضريبة على الدخل الإجمالي على الأرباح الموزعة ومن الدفع الجزائي ومن الرسم على النشاط المهني، والإعفاء لمدة 10 سنوات من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار. ويصنف الاستثمار السياحي ضمن الاستثمار المنصب على النشاطات ذات الامتياز والمنصوص عليه في المادة 15 من قانون الاستثمار 2016.

ثانيا- تدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي: وضعت الدولة الجزائرية مجموعة من الإجراءات والتدابير من أجل دعم وترقية الاستثمار السياحي، حيث شملت هذه الإجراءات تهيئة العقار السياحي من جهة وتمويل المشاريع السياحية من جهة أخرى، بالإضافة إلى مجموعة من التحفيزات جاء بها قانون المالية التكميلي لسنة 2009، ويعتبر هذا القانون بمثابة نقطة تحول للسياسة الجبائية إتجاه الاستثمار السياحي حيث تم وفق هذا القانون إعطاء العديد من الامتيازات للمستثمرين في المجال السياحي بحيث أنه نص على تسعة إجراءات جديدة لفائدة المتعاملين والوكلاء السياحيين وذلك من أجل جعل القطاع السياحي قطاعا جاذبا للاستثمارات.

1. التهيئة والتحكم في العقار السياحي: يعتبر العقار السياحي من أهم العقار التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب ولذلك فإن توفيره يعتبر محمدا أساسيا لإنجاح وإنعاش الاقتصاد الوطني وعاملا مساعدا لجلب المستثمرين، وبخصوص التهيئة والتحكم في العقار السياحي فإن الوزارة الوصية قد أولت أهمية كبيرة لتوفير العقار اللازم لإنجاز المشاريع الاستثمارية وشددت في هذا الشأن على الاستغلال الرشيد

¹ المادتين 13 و16 القانون السابق.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

والعقلاني للعقار، وذلك بإنجاز مشاريع ومنشآت سياحية وفندقية وفق المعايير الدولية لتدارك النقائص المسجلة في مجال الإيواء، وذلك من خلال إتخاذ جملة من التدابير التالية:¹

- استحداث القطاع لنصوص قانونية تتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة، لاسيما ما يتعلق بتحديد مواقع انجاز المشاريع الاستثمارية وشروط وكيفيات منح الامتياز على الأراضي التابعة للأموال الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع استثمارية؛
- إعادة هيكلة المؤسسات المكلفة بالتنمية والدراسات السياحية والشروع في دراسة وإعادة تشكيل مناطق التوسع السياحي ومواصلة دراسات التهيئة ل 100 منطقة توسع سياحي؛
- تفعيل دور الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وذلك من خلال تدعيمها بالوسائل المادية والبشرية والمالية التي تمكنها من القيام بالمهام الموكلة إليها واعتبارها الأداة الرئيسية المتخصصة والمسؤولة عن التسيير، التنمية والحفاظ والاستغلال العقلاني للعقار السياحي؛
- إضافة إلى كل هذه التدابير المساعدة على خلق مناخ محفز للاستثمار السياحي، تم إنشاء صندوق خاص بدعم التنمية السياحية، حيث يتكفل هذا الصندوق بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم انجاز مشاريع استثمارية سياحية.

2. **تأطير وتمويل المشاريع السياحية:** حيث تتم عملية التأطير للمشاريع السياحية عن طريق تكييف التمويل وفقا للخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي والذي يتطلب في العادة تمويلات طويلة الأجل ومدة تأجيل دفع القرض معتبرة، وفي هذا الإطار إتخذت الحكومة الإجراءات التالية:

- **المرحلة الأولى:** إنشاء منتج مالي متميز يسمى "القرض الفندقي" (**crédit hôtelier**) طويل المدى على مستوى المؤسسات البنكية، يكون موافقا مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات إسترجاع رأس مال الاستثمارات السياحية؛
- **المرحلة الثانية:** تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي حيث تم إبرام اتفاقيات بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية وست (06) مؤسسات مالية وبنكية وهذا بتاريخ 22 نوفمبر 2005 وتمثل هذه المؤسسات في:

- القرض الشعبي الجزائري CPA.
- بنك التنمية المحلية BDL.

¹ موسى بن منصور، الاستثمار السياحي ضمن برامج ومخططات التنمية السياحية في الجزائر والآثار المترتبة عنها على مؤشرات التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، العدد 17، 2017، ص 225.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

▪ الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط **CNEP**.

▪ بنك الفلاحة والتنمية **BADR**.

▪ صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة **FGAR**.

▪ شركة الجزائر استثمار **SPA**.

ومن المزايا الممنوحة من خلال هذه الاتفاقيات ما يلي:

- التمويل حتى 70% بالنسبة للاستثمار المتميز وذو الأهمية الوطنية؛

- تمديد مدة تسديد القروض للاستثمارات الهامة والمتميزة؛

- مدة دراسة الملفات لا تتعدى 40 يوم بالنسبة لقروض الاستثمار و 30 يوم بالنسبة لقروض التشغيل

وهذا ابتداء من تاريخ إيداع ملف القرض؛

- يتكفل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (**FGAR**) بضمان تمويل التجهيز؛

- تقوم شركة الجزائر استثمار **SPA** بدعم رؤوس أموال المستثمرين لتمكينهم من الحصول على القروض البنكية.

3. **التحفيزات والإعفاءات الجبائية:** تستفيد هذه المشاريع السياحية أيضا من الامتيازات التالية:

- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19% في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة.¹

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب باستثناء وكالات السياحة والأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشئ السياحة.²

- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال والجنوب على التوالي 3%، 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.³

- أما فيما يخص عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال والجنوب في إطار مخطط النوعية السياحية فتستفيد على التوالي من تخفيض 3%، 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.⁴

¹ Article 03 de la loi de finances complémentaires 2009.

² www.Andi.dz, consulté le 19/02/2019.

³ Article 79 de la loi de finances complémentaires 2009.

⁴ Article 80 de la loi de finances complémentaires 2009.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية.¹
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي.²
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال وكذا تأسيس شركات في قطاع السياحة.
- تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا في إطار التأهيل طبقا لمخطط نوعية السياحة.
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب والهضاب العليا تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر على التوالي 50% و80%.³
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لفائدة الاستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

ثالثا- الهيئات المكلفة بمتابعة ومراقبة الاستثمار السياحي: هناك عدة مؤسسات عمومية مهمتها التدخل في مجال الاستثمار السياحي ومراقبته وتتمثل هذه المؤسسات في:

1. وزارة السياحة والصناعات التقليدية: تعتبر هذه الوزارة أعلى سلطة في القطاع السياحي الجزائري، كما تعد الهيئة المخططة لتنمية القطاع السياحي حيث تأسست هذه الوزارة بموجب المرسوم التنفيذي 474/63 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963، حيث أوكلت لها المهام التالية:⁴
 - تجسيد السياسة التنموية في مجال السياحة والتعريف بالمنتج السياحي الجزائري؛
 - انجاز المخططات التنموية السياحية

2. الديوان الوطني للسياحة **l'office National du tourisme** : هو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وهو أداة تستعملها الحكومة لتحديد السياسة الوطنية في مجال السياحة وتنفيذها، أسس بموجب المرسوم الرئاسي رقم 214/88 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 والمعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 409/90 المؤرخ في 22

¹ Article 11 de la loi de finances complémentaires 2009.

² Article 42 de la loi de finances complémentaires 2009.

³ Article 82 de la loi de finances complémentaires 2009.

⁴ أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قلمة، أطروحة دكتوراه، جامعة قلمة، 2016/2015، ص 169.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

ديسمبر 1990 والمعدّل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 402/92 المؤرخ في 31 أكتوبر 1992.¹ وتتمثل مهامه في إطار المخطط الوطني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في إعداد سياسة التنمية السياحية، الحمامات المعدنية والمناخية، وإقتراحها وتنظيم تنفيذها فهو يكلف بما يلي²:

1- في مجال التخطيط:

- يحدد محاور تنمية القطاع السياحي في الأمدن المتوسط والطويل ويقترحها؛
- ينجز الدراسات العامة المتعلقة بتحديد مناطق التوسع السياحي في إطار مخطط التهيئة الإقليمية أو يأمر بإنجازها و ينجز أية دراسة عامة أو نوعية ترتبط بهدفه أو يأمر بإنجازها؛
- يوجه الاستثمارات العمومية والخاصة في ميدان السياحة ويشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع المعمول به؛
- ينسق ويتابع كل مشروع استثمار سياحي أجنبي في الجزائر وكل شكل آخر من أشكال تدخل المتعهدين الأجانب في القطاع؛
- يجمع المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالسياحة ويحللها ويستغلها، ويتولى بالخصوص تقييم أداءات القطاع ونتائجه؛
- يمثل الجزائر في اجتماعات المنظمات الجهوية أو الدولية المتخصصة؛
- يشارك في إعداد منظومات التكوين في القطاع ويسهر على ملائمة برامج التكوين للتكنولوجيات الجديدة الخاصة بالقطاع وعلى التلائم بين التكوين والتشغيل.

2- في ميدان ضبط المقاييس:

- يحدد التقنين الذي تخضع له الأعمال الفندقية والسياحية ويسهر على تطبيقه؛
- يحدد القواعد النوعية لاستغلال الموارد الخاصة بالحمامات المعدنية وحمايتها ورقابتها في إطار التشريع المعمول به؛
- يحدد المعايير التقنية والمعايير الخاصة بالتسيير الفندقي والسياحي؛
- يضبط قواعد ممارسة المهن السياحية و يسلم الرخص والاعتمادات القانونية؛
- يضع أسس ترتيب المؤسسات الفندقية والسياحية ويسهر على تطبيقها؛

¹ لبليل فدوى، دور التحفيزات الجبائية في جلب الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2011، ص 130.

² المادة 4 من المرسوم رقم 88-214 الصادر في الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 2 نوفمبر 1988 الموافق ل 22 ربيع الأول 1409، ص - ص 1498 1499.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

ويكمن دور الديوان الوطني للسياحة في إعادة بعث نشاط السياحة الاستقبالية وإحياء الوجهة الجزائرية من خلال تصميم ووضع حيز التنفيذ سياسة ترقية وإشهار المقصد السياحي الجزائري على المستويين الداخلي والخارجي، في هذا الإطار قام الديوان بتنفيذ برنامج عمل واسع لإبراز مؤهلات السياحة الجزائرية وتثمين المقومات المتنوعة التي من شأنها جذب السياح.

3. الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) L'agence nationale de développement touristique

هي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/98 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق لـ 21 فيفري 1998، والمتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي¹. حيث تتكلف هذه الوكالة بتنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية وتهتم أساسا بما يلي:

- تسهر على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها؛
- تقوم باقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها؛
- تقوم بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية؛
- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول منابع المياه المعدنية سواء في الجزائر أو في الخارج؛
- تسهر بالتنسيق مع المؤسسات والهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن والتجهيزات ذات المنفعة المشتركة وتقديم كل إقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها وتحديثها وتوسيعها؛
- تقوم بحفظ المرافق والأجهزة المشتركة وصيانتها أو تكلف من يقوم بذلك؛
- تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها؛
- تقوم بتهيئة الأراضي الموافقة عليها للاستثمار السياحي وتحديد وتقييم مناطق جديدة للتوسع السياحي.

كما تكلف وفقا لما تنص عليه المادة 05 من نفس المرسوم بإقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمانع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية وتقوم بدراسات التهيئة الضرورية وتلتزم بموجب المادة 07 بإعادة الأراضي المهية والمذكورة سابقا بمقابل لفائدة المستثمرين أو المتعاملين.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 70-98 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق لـ 21 فيفري 1998، الذي يحدد إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة في تاريخ 10 مارس 1998 الموافق لـ 2 ذو القعدة 1418 ص 30.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

4. الديوان الوطني للتطوير والإعلام في الميدان السياحي ONAT : هو عبارة عن مؤسسة وطنية ذات طابع اقتصادي تعتبر تاجرة في علاقاتها مع الغير تقوم بالوساطة بين الذين يقدمون الخدمات في الجزائر والطلب الكائن في الخارج يضم 35 وكالة تتوزع على 25 ولاية.¹ ونشأ بموجب المرسوم رقم 70-80 المؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1400 الموافق ل 15 مارس 1980، ويتولى الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي في إطار المخطط الوطني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية القيام بالمهام التالية :²

- في مجال تطوير السياحة:

- المساهمة في دراسة الصفقات بعد أخذ رأي سلطة الوصاية لفحص شروط توسيع السياحة الجزائرية أو ملاءمتها على الصعيدين الداخلي والخارجي؛
- المساهمة في التظاهرات التي لها انعكاسات على السياحة؛
- المساهمة في التطوير التجاري والقيام بأعمال التوعية (الملتقيات واللقاءات وحملات العلاقات العمومية) فيما يخص طبيعة الإنتاج السياحي الجزائري.

- في ميدان الإعلام والإشهار السياحي:

- جمع المعلومات ذات الطابع السياحي التي تدعم دراسة أحسن الظروف لنشر الإعلام السياحي بصفة واسعة وفعالة؛
- عمل نشرات وملصقات ومجلات ذات طابع سياحي، وإنجازها ونشرها؛
- استعمال الوسائل السمعية والبصرية في تطوير السياحة الجزائرية.

- في ميدان التنشيط والتسليّة:

- تنسيق أعمالها مع أعمال النقابات السياحية عبر التراب الوطني؛
- تحث الجماعات المحلية والمنظمين في ميدان السياحة على إعداد برنامج سنوي للتنشيط السياحي؛
- تساعد التظاهرات الثقافية والفنية وتشجعها في إطار المؤسسات السياحية؛
- تعد البرامج السنوية أو الموسمية للتنشيط والتسليّة بالاتفاق مع المؤسسات المعنية في القطاع السياحي.

- في مجال التجهيز:

- تنجز البرامج المخططة المرتبطة بمهدفها أو تعمل على إنجازها؛

¹ بليل فدوى ، مرجع سابق، ص 104.

² المادة 2 من المرسوم التنفيذي 77-80 المؤرخ في 28 ربيع الثاني 1400 الموافق ل 15 مارس 1980، الذي يحدد إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 12 الصادرة بتاريخ 18 مارس 1980.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- تنفيذ الأشغال أو تسعى في تنفيذها وتقديم الطلبات وتضمن التوريد باللوازم لإقامة مؤسساتها أو تحديثها؛
 - تقوم فيما يخصها بالمراقبة التقنية والمالية للقطع أو ورشات الأشغال التي هي في طريق التنفيذ في إطار الأحكام القانونية والتنظيمية؛
 - تقوم بالدراسات التقنية المرتبطة بأشغال إعادة التهيئة والترميم أو العمل على القيام بها، بعد أخذ رأي سلطة الوصاية؛
 - صيانة الوسائل والمنشآت التي لها علاقة بهدفها.
- وبموجب المرسوم رقم 83-208 المؤرخ في 11 جمادى الثانية 1403 الموافق لـ 26 مارس 1983 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 80-70 تم إضافة إلى الوظائف السابقة مهمة تقديم الخدمات التي توفرها عادة إحدى وكالات الأسفار للسياح إبان تنقلاتهم لاسيما تنظيم الرحلات أو الزيارات بدليل أو بدونه عبر المدن والمعالم والآثار والمتاحف والحمامات المعدنية والمحطات المناخية وغيرها، تكليف وكالاتها ببيع تذاكر النقل على اختلاف أنواعها أو تسليمها وكراء سيارات النقل.... وغيرها.¹
5. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ENET: أنشأت المؤسسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94/98 المؤرخ في 10 مارس 1998 في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، توضع الوكالة تحت وصاية وزارة السياحة وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ولها المهام التالية:²
- تنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية؛
 - القيام بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية؛
 - تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها، كما تكلف بإقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية وتقوم بدراسات التهيئة الضرورية؛
 - مراقبة ومتابعة المنشآت السياحية، المرافق الفندقية والمياه المعدنية ومعاينتها؛
 - إنشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية.

¹ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 83-208 المؤرخ في 11 جمادى الثانية عام 1403 الموافق لـ 26 مارس 1983، الذي يحدد إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة بتاريخ 14 جمادى الثانية 1403 الموافق لـ 29 مارس 1983، ص - ص 447 448.

² أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية، أطروحة دكتوراه، جامعة قلمة، 2016/2015، ص 178.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: الجانب الاجتماعي والثقافي ومقومات البنية التحتية المادية

أولاً- السمات الاجتماعية والثقافية لدولة الجزائر: يتميز المجتمع الجزائري بالعديد من المميزات الثقافية والاجتماعية والتي يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

- التمسك والإلتزام بالشريعة الإسلامية حيث يدين ما يقارب تسعا وتسعين بالمائة من أهل الجزائر بالدين الإسلامي؛

- يتحدث البربر في الجزائر ودول المغرب العربي عموما اللغة الأمازيغية وتختلف تلك اللغة من دولة إلى أخرى حيث نجد لها متجذرة بقوة في الجزائر، ومن أهم مظاهر الثقافة الأمازيغية نجد الموسيقى الأمازيغية، الرقص والحكايات، إضافة إلى جملة من العادات والتقاليد الأمازيغية أبرزها: عيد رأس السنة الأمازيغية؛

- الأصالة والحضارة العريقة حيث مرت على الجزائر العديد من الحضارات كالحضارة النوميدية والرومانية وكذلك الحضارة الإسلامية بعد دخول الإسلام ووصول الفتوحات الإسلامية إليها وفترة الحكم العثماني¹؛

- رغم الجهود التي بذلتها الجزائر في سبيل مكافحة الإرهاب والنجاح الذي حققته بفعل المصالحة الوطنية التي تعد مشروعا ناجحا يقتدى به في القضاء على هذه الآفة، إلا أنه حسب العديد من التقارير الدولية والاستخباراتية تنصدر المنطقة المغاربية دول العالم في إرسال المقاتلين إلى مناطق الصراع بالشرق الأوسط؛

- حلم شباب الجزائر بالهجرة لاسيما إلى أوروبا مع تنامي ظاهرة الهجرة غير الشرعية فيها، وتعد ظاهرة الهجرة إحدى العوامل المؤثرة على التركيب الهيكلي للسكان والقوى البشرية وحتى على تطور الاقتصاد الوطني، لإعتبار أن تزايد عدد المهاجرين لاسيما من الكوادر العلمية المتخصصة يؤثر على خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالنسبة لأي بلد ويجرمه من الاستفادة من خبراتهم ومؤهلاتهم، ولعل أهم الأسباب التي تدفع بمواطني دولة الجزائر للهجرة إلى الخارج نجد تردي الأوضاع الاجتماعية، عدم وجود التسهيلات العلمية وعدم وجود المناخ الملائم لإمكانية البحث العلمي، إضافة إلى تزايد عدد الخريجين من الجامعات في بعض التخصصات بما لا يتفق مع احتياجات سوق العمل².

ثانيا- مقومات البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة الجزائر: تشكل خدمات البنية التحتية من مقومات مادية واجتماعية داعما أساسيا للنشاط السياحي، إذ تمثل إحدى العوامل التي تشجع السياحة في البلد وتجعله محل اختيار من قبل السياح دون غيره من المواقع السياحية، وفي هذا الشأن اهتمت الحكومة

¹ فاطمة مشعلة، خصائص المجتمع الجزائري، من الموقع الإلكتروني <http://mawdoo3.com> تم الاطلاع يوم 2019/04/01.

² دحماني سامية، مرجع سابق، ص 236 (بتصرف).

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الجزائرية بتطوير البنية التحتية والعمل على تجسيدها وتطويرها منذ الاستقلال، وفيما يلي سوف نتطرق إلى مقومات البنية التحتية بمختلف أنواعها:

1- قطاع النقل: عرف قطاع النقل في الجزائر تحولات حقيقية حيث تم إنجاز عدد كبير من المشاريع وأخرى في طور الانجاز لجعل هذا القطاع أكثر كفاءة وفعالية.

النقل البري: تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كفاءة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها ب 112696 كلم من الطرق منها 29280 كلم من الطريق الوطني وأكثر من 4910 هيكل، كما سيتم استكمال هذه الشبكة بجزء هام مقدر ب 1216 كلم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب،¹ كما تم إنجاز الطريق السيار شرق- غرب أو ما يسمى بمشروع القرن بطول 1720 كلم (مع الطرق الجانبية والمنشآت الفنية)، والذي يربط بين الحدود المغربية والحدود التونسية مروراً بالمدن الجزائرية الكبرى من الغرب إلى الشرق (تلمسان، وهران، غليزان، الشلف، الجزائر العاصمة، سطيف، قسنطينة، سكيكدة وعنابة والطارف) وهو يعد من شبكة الطرق السيارة المغربية.² أما بالنسبة لشبكة السكك الحديدية في الجزائر فيبلغ طولها 4498 كلم تلتف حول مائتي محطة تغطي على الأخص شمال البلاد، وتتكون هذه الشبكات من 3217 كلم خط عادي، 553 كلم خط مزدوج و323 كلم خط مكهرب، وتسير شبكة السكك الحديدية من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (SNTF) وهذه الشبكة مجهزة بأكثر من 200 محطة.

أما بالنسبة لشبكتي الترامواي والميترو فهما تعتبران من شبكات النقل حديثة الاستعمال في الجزائر، ففي تاريخ 31 أكتوبر 2012 تم افتتاح مترو الجزائر العاصمة والذي بلغ طوله 9 كلم و10 محطات، وقدرت وزارة النقل الجزائرية عدد مستعملي وسيلة النقل الميترو في (الجزائر، قسنطينة، وهران) خلال سنة 2018 حوالي 40032641 راكب.³

وفي إطار المخطط الخماسي 2010-2014 أطلقت الجزائر مخطط آخر للتنمية وتحديث قطاع النقل الجماعي والنقل الحضري ما بين المدن وهو الترامواي وأول شبكة ترامواي دشنت بالجزائر العاصمة سنة 2012 بطول إجمالي يقدر ب 23 كلم و38 محطة، كما يعتبر ترامواي قسنطينة مشروع آخر يخدم مدينة قسنطينة فهو قيد الانجاز منذ سنة 2008 بخط يقدر طوله ب 9 كلم و 10محطات والذي تم افتتاحه في سنة 2015، أما مدينة وهران فهي كذلك استفادت من مشروع ترامواي والذي شرع في إنجازه في أواخر

¹ <http://www.andi.dz> consulté le 21/02/2019

² زيان بروجعة علي، مرجع سابق، ص 315.

³ www.metroalger-dz.com consulté le 31/03/2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

عام 2008، كما أنه يعتبر أطول ترامواي في الوطن على مسافة تقدر ب 48 كلم، حيث دخل حيز الخدمة في 01 ماي 2013.

كما وستعزز العديد من المدن الجزائرية بالترامواي منها سيدي بلعباس، باتنة، ورقلة، مستغانم، عنابة وسطيف، حيث تم الانتهاء من الدراسات التقنية لمشاريع الترامواي الخاصة بهذه المدن،¹ وتجدر الإشارة إلى أنه تم إستلام الترامواي بمدنيتي سطيف وورقلة.²

النقل الجوي: لقد حاولت الجزائر تطوير قطاع النقل الجوي بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقية للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، إذ أنه سيتم إنفاق ميزانية تقدر ب (600 مليون أورو) لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013- 2017، كما ستقتني شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث طائرات جديدة بسعة 150 مقعدا وستقوم بتجديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 والمتواجدة حاليا في الخدمة، كما ستتم شراء طائرتي شحن لنقل البضائع.³

وتمتلك الجزائر 35 مطارا منها 13 دولية، حيث يعتبر مطار الجزائر الأكثر أهمية، ويستقطب 6 ملايين مسافر سنويا، كما تجدر الإشارة إلى أنه سيتم تسليم المطار الدولي الجديد للجزائر العاصمة مع مطلع سنة 2019 والذي تصل قدرة استيعابه الإضافية 10 ملايين مسافر سنويا لتصبح القدرة الإجمالية 16 مليون مسافر سنويا، وبالقرب من المطار تم إنجاز خط سكة حديدية يربط الموقع بمحط السكك الحديدية للمدينة، وتعتبر الخطوط الجوية الجزائرية هي شركة الطيران الوطنية التي تهيمن على سوق النقل الجوي، الذي سجل منذ إنفتاحه لمنافسة 8 شركات خاصة أخرى، وتتكفل الخطوط الجوية الجزائرية بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا، كندا، الصين والشرق الأوسط، وهناك عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر نذكر منها: التونسية للطيران، الخطوط الجوية للملكية المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية، الإيطالية للطيران، إيغل أزور، ليفتزا، الخطوط الجوية التركية والخطوط الجوية البريطانية.⁴

النقل البحري: يعتبر النقل بحرا إحدى عوامل جذب السياح ولاسيما وأن تكاليف النقل على السفن أقل بكثير من تكاليف النقل جوا، وتعد شركات النقل البحري من بين المقومات السياحية لذلك يتطلب ضرورة

¹ <http://www.andi.dz> consulté le 21/02/2019.

² محمد بن سلطان، أهم إنجازات قطاع الأشغال العمومية والنقل في الجزائر عام 2018، القناة الأولى، نقلا عن الموقع الإلكتروني <http://www.radioalgerie.dz/chaine1> تم الاطلاع يوم 2019/02/21.

³ سمير بوختالة وآخرون، واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 6، جوان 2017، ص 52.

⁴ <http://www.andi.dz> consulté le 21/02/2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

بناء أسطول بحري يعول عليه في نقل الأعداد الهائلة من السياح، كما توجد شريحة من السياح يميلون إلى السفر بجرا.

وعملت الجزائر على إصلاح وتحديث أسطولها البحري، حيث تعتبر الشركة الوطنية للملاحة (CNAN) والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين ممثلي قطاع النقل البحري في الجزائر، ومعظم العبارات (السفينة العابرة) تعمل على إيصال الركاب إلى الشواطئ الأوروبية وتنقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم، ومعظم الأنشطة التجارية الدولية تتم عن طريق النقل البحري عبر 11 ميناء تجاري وميناءين للنفط وهما ميناء بجاية وميناء سكيكدة و10 موانئ للصيد، أما عن الموانئ الأخرى كميناء الجزائر العاصمة ووهران وعنابة فهي موانئ متعددة النشاطات،¹ أما فيما يتعلق بأعمال ترميم الهياكل الأساسية للموانئ فإن عدد قليل منها استفادت من هذه العملية باستثناء محطات النفط والغاز.

ويتضمن الأسطول البحري الجزائري 74 سفينة بحرية منها 5 ناقلات بترول، 9 ناقلات للغاز السائل، 7 ناقلات للمواد الكيماوية و3 سفن لنقل الأفراد والبضائع.²

وتستمر الجهود المبذولة في تعزيز الأسطول البحري وحركة التجارة البحرية بحيث تم تعزيز الأسطول البحري ب 25 باخرة جديدة من أجل إعادة القوة لهذا الجانب الاقتصادي المهم، كما إتخذت الوزارة الوصية الإجراءات اللازمة لفتح المجال أمام الخواص الجزائريين على إمكانية نقل البضائع وإقتناء البواخر.³

2- قطاع الاتصالات: تلعب الاتصالات في العصر الحالي دورا مهما في تدعيم وتنشيط قطاع السياحة، بالإضافة إلى كونها أداة لربط السائح ببلده وإطلاعها على آخر المستجدات، وهي أيضا أداة للترويج السياحي من خلال تعريف السائح في مختلف أقطار العالم بمختلف المواقع السياحية وكذا مختلف الخدمات المتوفرة، ولقد عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تطورا ملحوظا خاصة بعد إنفتاح السوق ودخول متعاملين أجنبى سواء من حيث الأسعار أو الخدمات المقدمة خصوصا مع انتشار خدمة الانترنت وظهور خدمة الجيل الثالث والرابع، والجدول التالي يوضح مختلف مؤشرات قطاع الاتصالات بالجزائر.

¹ <http://www.andi.dz> consulté le 21/02/2019.

² مُجّد إسلام مالكي، واقع الاستثمار السياحي في الجزائر والإجراءات المتخذة لتطويره، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2016/2015، ص 126.

³ مُجّد بن سلطان، أهم إنجازات قطاع الأشغال العمومية والنقل في الجزائر عام 2018، القناة الأولى، مرجع سابق.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الجدول رقم (3-7): مؤشرات قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر (2015-2017)

المؤشر	2015	2016	2017
الهاتف عدد المشتركين	3276592	3404709	3130090
الثابت نسبة ولوج الأسر %	41.65	43.40	35.76
الهاتف النقل عدد المشتركين مليون	41.48	47.04	49.87
كثافة الانتشار	116	119	121
عدد متعاملي الهاتف الثابت	01	01	01
عدد متعاملي الهاتف النقل	03	03	03

Source: <http://www.mptn.gov.dz/fr/content/indicateurs-0> consulté le 21/02/ 2019.

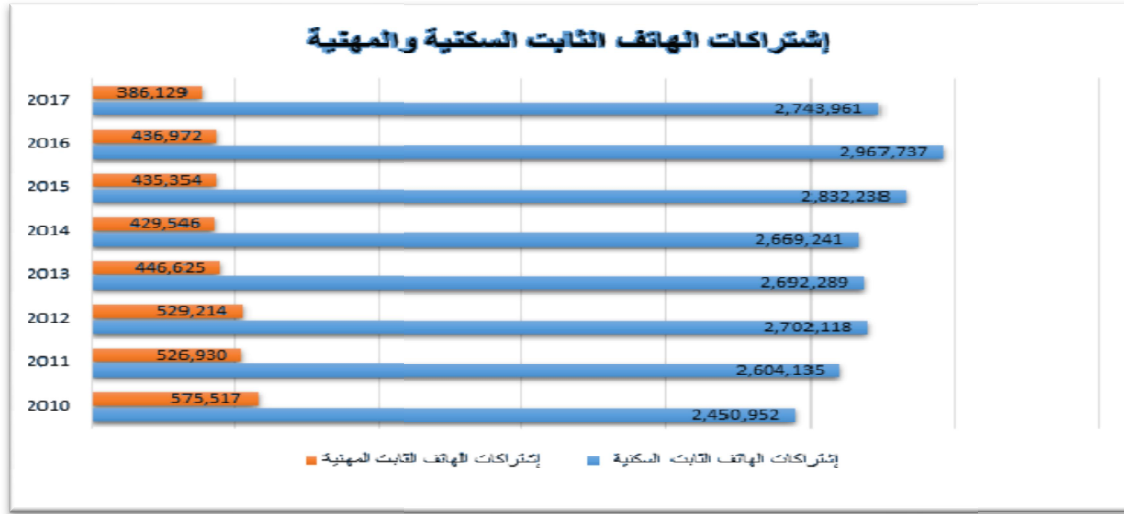
ويتضح من خلال المؤشرات السابقة عن قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أن الجزائر تسير نحو تطوير هذا القطاع ، حيث يتجه عدد مشركي الهاتف الثابت في الجزائر في الثلاث سنوات الأخيرة نحو استقرار نوعي حيث فاق الثلاث ملايين مشترك منذ سنة 2015، كما عرفت سنة 2017 الاستغناء عن تكنولوجيا الهاتف الثابت اللاسلكي الذي خصص للمناطق الريفية وذلك راجع إلى إستراتيجية الدولة بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر نجاعة.

وشهدت خدمات الهاتف النقل في الجزائر تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقل 98% عام 2016 وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 49.87 مليون مشترك سنة 2017 مقابل 47.04 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 6.02% .

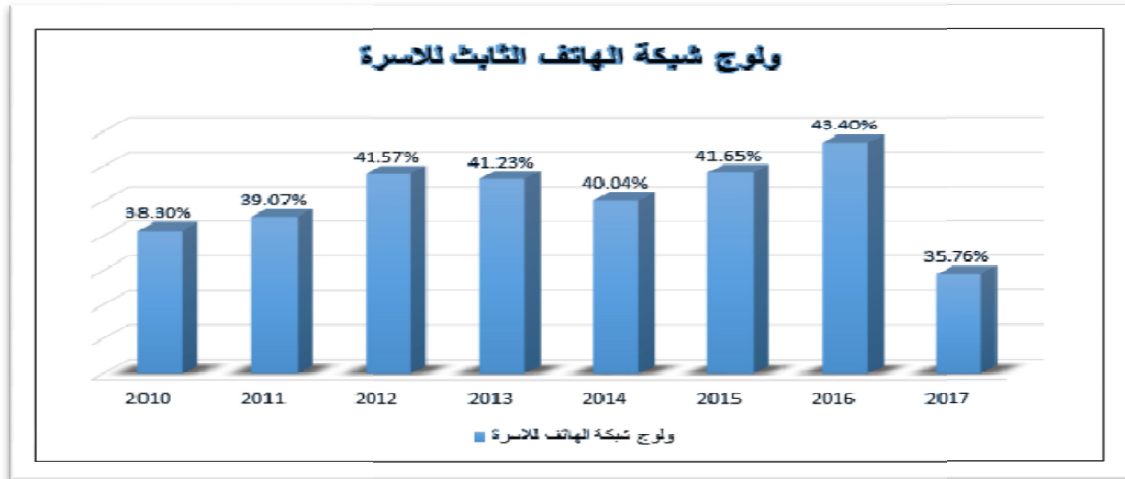
كما ينشط حاليا 03 متعاملين للهاتف النقل داخل السوق الجزائرية، أما عن اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية، فحتى سنة 2017، اشتراكات الهاتف الثابت السكنية لا تزال تهيمن من حيث العدد حيث وصلت النسبة إلى 87.66% من إجمالي عدد المشتركين، أما بخصوص عدد اشتراكات الهاتف الثابت المهنية فقد عرف انخفاضا من سنة إلى أخرى وهذا راجع إلى التوجه إلى تكنولوجيا الهاتف النقل، كما عرفت نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسر نقصانا خلال سنة 2017 حيث بلغت 35.76% وهذا راجع دائما للتوجه نحو تكنولوجيا الهاتف النقل وهذا ما توضحه الأشكال التالية:

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الشكل رقم (3-1): اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية



الشكل رقم (3-2): ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة



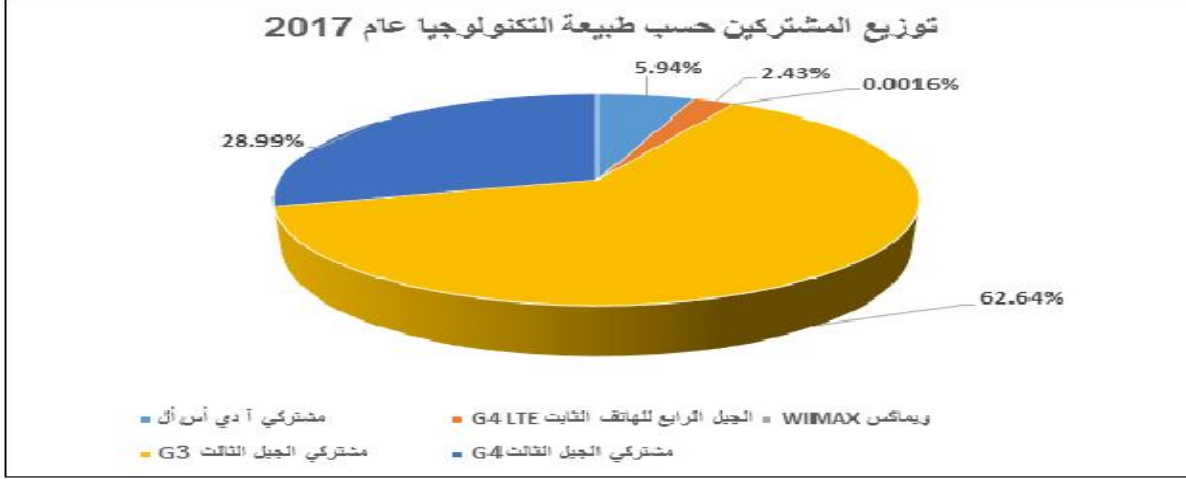
Source: <http://www.mpttn.gov.dz/fr/content/indicateurs-0> consulté le 21/02/ 2019.

وفيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر، فقد بلغ عدد المشتركين 37.83 مليون مشترك في أواخر سنة 2017 ومن بينهم 34 مليون مشترك في الهاتف النقال، ولقد بدأت خدمة الهاتف المحمول الجيل الثالث 3G في الجزائر في ديسمبر عام 2013 وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308019 مشترك وتضاعف هذا الرقم 27 مرة في عام 2014 ليصل إلى معدل قدره 85.36% في سنة 2016 وفي عام 2017 وصل إلى 62.64%، وفي إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلاد للتوجه نحو الاقتصاد الرقمي، أعلنت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة يوم 01 أكتوبر 2016 عن الانطلاق الرسمي للجيل الرابع للهاتف النقال (LTE. 4G) في الجزائر حيث بلغ

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

عدد المشتركين سنة 2017 حوالي 10968495 مشترك بمعدل قدره 28.99% من مجموع مشتركين الانترنت في حين بلغ عدد المشتركين في سنة 2016 حوالي 1464811 مشترك، والشكل التالي يوضح توزيع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا لسنة 2017:

الشكل رقم (3-3): توزيع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا لعام 2017



Source: <http://www.mpttn.gov.dz/fr/content/indicateurs-0> consulté le 31/03/ 2019.

- إن التقدم في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبح في غاية الأهمية لبناء اقتصاد كفاء قائم على المعرفة والمعلومات، حيث أقدمت الدولة الجزائرية تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجعلها في قلب استراتيجيات وسياسات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد حققت الجزائر إنجازات هامة في هذا القطاع، نذكر منها:¹
- وصلة الألياف البصرية الجزائر- عين قزام: تعتبر هذه الوصلة والتي تصل إلى غاية حدود النيجر، جزءا لا يتجزأ من وصلة الألياف البصرية الجزائر العاصمة- زيندر (النيجر)- أبوجا (نيجيريا)، هذا المشروع الذي تم إطلاقه في إطار الشراكة الجديدة لتنمية إفريقيا، موجه لوضع هذه البنية التحتية تحت تصرف سكان الدول الثلاث وكذا الدول المجاورة ولضمان الاتصال مع الأوروبية عبر نقاط التواصل الموجودة في الجزائر عن طريق الكابلات البحرية للألياف البصرية؛
- وصلة الألياف البصرية البحرية وهران- فالنسيا: إن إنجاز وصلة الألياف البصرية البحرية (أورفال)، والتي تربط مدينة وهران بمدينة فالنسيا بقدرتها تدفق تصل إلى 100 جيجابت وبطول يبلغ 563 كلم، تمثل استثمار استراتيجي لتعزيز الولوج لخدمات شبكة ذات جودة عالية، وهذا على شاکلة الكابلاتين

¹ <http://www.andi.dz> consulté le 21/02/2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الموجودين وهما SMW4 والذي يربط مدينة عنابة بمدينة مرسيليا وAlpal2 الذي يربط مدينة الجزائر العاصمة بمدينة بالم؛

■ الاتصالات عبر الساتل: استكمالا للشبكات الأرضية والبحرية تم إتخاذ العديد من الإجراءات وإطلاق أخرى في طور الإنجاز في مجال الإتصال عبر الساتل من أجل إنشاء مجموعة أراضيات توفر للمستخدمين عدة حلول في مجال الاتصال والخدمات عبر الساتل(المؤتمرات عن طريق الفيديو، تحديد الموقع الجغرافي).

3- الخدمات التعليمية: عرف قطاع التربية والتعليم في الجزائر منذ الاستقلال تغيرات هامة تجسدت بفضل الجهود المبذولة للنهوض بالقطاع، حيث كان معدل الأمية يفوق نسبة 85% غداة الاستقلال، كما تمكنت الجزائر من تحقيق جزء كبير من الأهداف المسطرة ضمن برامجها والتي تمثلت أساسا في تقليص نسبة التسرب المدرسي ومضاعفة عدد المتدربين في جميع الأطوار، وهذا بفضل مجانية وإجبارية التعليم، وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم(3-8): عدد التلاميذ المسجلين في الأطوار التعليمية خلال الفترة 2017/2013

الأطوار التعليمية	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
التعليم الابتدائي	3730460	3886773	4081546	4231556
التعليم المتوسطي	2605540	2575994	2614393	2685827
التعليم الثانوي	1499740	1526779	1378860	1286808
المجموع	7835740	7989546	8074799	8204191

المصدر: من إعداد الطلبة لاعتماد على: إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 2017.

من خلال المعطيات أعلاه، وفي إطار الجهود التي تبذلها وزارة التربية من أجل تقليص نسبة التسرب المدرسي تبين الأرقام أن عدد التلاميذ المسجلين في الطورين الابتدائي والمتوسط قد تزايد خلال هذه الفترة، أما بالنسبة لعدد المسجلين في الطور الثانوي نلاحظ أنه قد إنخفض خلال الموسمين 2016/2015 و2017/2016، وفيما يخص الحصيلة الإجمالية لعدد المسجلين في الأطوار الثلاث فقد إنتقل عددهم من 7835740 خلال سنة 2014/2013 إلى 8204191 خلال الموسم الدراسي 2017/2016، أي بزيادة قدرها 4.49%.

و ضمنا لتجسيد المشاريع الرامية إلى تحسين خدمة التعليم والرفع من قيمته خصصت الدولة ميزانيات جد هامة لقطاع التربية ساهمت في تدعيم هذا القطاع بتأطير بشري قدر ب 420035 معلم في كل الأطوار الثلاث خلال الموسم 2017/2016، كما وقد سمحت مختلف البرامج الاستثمارية إلى تعزيز قدرات

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

استقباله والتي قدرت ب 18770 مدرسة إبتدائية و 5419 إكمالية للتعليم المتوسط و 2355 ثانوية خلال الموسم الدراسي 2016/2017.¹

- لمعرفة وضعية التعليم في الجزائر وما يرتبط بها، يمكننا الاعتماد على تطور معدلات الأمية فيها لإعتبار أن ظاهرة الأمية تمثل إحدى المؤشرات الأساسية لتخلف أي بلد، والجدول التالي يوضح لنا بعض مؤشرات التعليم في الجزائر:

الجدول رقم(3-9): معدل الأمية ومعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم في الجزائر

معدلات القيد الصافي في مراحل التعليم %				معدل الأمية %				الجزائر
المرحلة الثانوية		المرحلة الأولى		الفئة العمرية 24-15		الفئة العمرية 15 سنة فما فوق		
2016	2010	2016	2010	2016	2010	2016	2010	
66.2	66.2	97.6	95.6	4.4	7.5	19.8	22.3	

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد لسنة 2018، ص 299 و ص 303.

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن معدل الأمية بالنسبة للفئة العمرية 15 سنة فما فوق قد سجلت انخفاضا في سنة 2016 حيث بلغت 19.8% مقارنة بمعدل 22.3% خلال سنة 2010 وهذا راجع لإتباع الجزائر سياسة التوسع في نشر التعليم الأساسي ورفع نسب التمدرس ولكن نسبة الأمية بالنسبة للإناث في نفس الفئة العمرية حوالي 26.9% في سنة 2016 وهذا ما يعتبر عائقا قويا أمام تسريع وتيرة التطوير ونجاح خطط مكافحة الأمية في الجزائر، أما عن معدل الأمية عند الشباب فهو كذلك سجل انخفاضا ملحوظا خلال سنة 2016 حيث بلغ 4.4% في حين كان هذا المعدل في سنة 2010 حوالي 7.5% ولكن ما هو ملاحظ أن نسبة الأمية للإناث في ذات الفئة العمرية تبلغ 9.4% في سنة 2010 و 4.5% في سنة 2016، أما بالنسبة لمعدلات القيد الصافي في مراحل التعليم وفقا لعدد الطلبة المقيدين في مرحلة تعليمية معينة، فقد بلغ معدل القيد الصافي للمرحلة الأولى نسبة 95.6% خلال سنة 2010 وارتفع إلى معدل 97.6% في سنة 2016 وهو يدل على أن مستوى الالتحاق بالتعليم الابتدائي في الجزائر يشهد تطورا ملحوظا، كما أن معدل القيد الصافي للمرحلة الثانوية قد بلغ نسبة 66.2% في سنة 2010 محافظا على نفس القيمة في سنة 2016.

¹ من إعداد الطلبة، اعتمادا على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 2017.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

- أما بالنسبة لوضعية التعليم العالي في الجزائر، فقد كان على الجزائر وعلى امتداد نصف قرن من الزمان أن تبذل جهدا معتبرا للاستجابة للمتطلبات الجديدة، إذ كان عليها بناء منظومة للتعليم العالي والبحث العلمي وتطويرها وجعلها واسعة لتغطية كامل التراب الوطني.

ولامتصاص التدفقات المتزايدة من الطلبة الجدد بمختلف التخصصات، تم إطلاق وتحقيق برنامج ضخم لإنجاز منشآت جامعية كبيرة ومتنوعة تتكون اليوم من مئة وستة (106) مؤسسة للتعليم العالي، موزعة على 48 ولاية عبر التراب الوطني وتظم خمسون (50) جامعة، 13 مركزا جامعيًا، 20 مدرسة وطنية عليا، 10 مدرسة عليا، 11 مدارس عليا للأساتذة وملحقتين جامعتين.¹

- شهد عدد الطلبة المسجلين تطورا كبيرا منذ الاستقلال وذلك لأن الدولة الجزائرية اتجهت إلى محاولة تكوين أكبر عدد ممكن من الإطارات لمواجهة العجز الحاصل في مختلف القطاعات، وهذا ما يمثله الجدول التالي:

الجدول رقم(3-10): تطور عدد الطلبة المسجلين في التدرج وما بعد التدرج خلال الفترة 1999-2017

السنوات	عدد الطلبة المسجلين في التدرج	عدد الطلبة المسجلين في ما بعد التدرج	المجموع
2000/1999	407995	20846	428841
2010/2009	1034313	58975	1093288
2011/2010	1077945	60617	1138562
2012/2011	1090592	64212	1154804
2013/2012	1124434	67671	1192105
2014/2013	1119515	70734	1190249
2015/2014	1165040	76510	1241550
2016/2015	1315744	76961	1392705
2017/2016	1416045	76202	1492247

المصدر: زموري كمال، مرداوي كمال، منظومة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في الجزائر: الوضع الراهن واستراتيجيات التطوير، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميلة، العدد الخامس، 2017، ص 632.

¹ <https://www.mesrs.dz/ar/universites> consulté le 01/04/2019.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

نلاحظ من خلال الأرقام الواردة في الجدول أن هناك تزايد كبير في أعداد الطلبة المسجلين في التعليم العالي، حيث ارتفع عدد الطلبة من 428841 طالب سنة 1999 إلى 1492247 طالب خلال الموسم الجامعي 2016/2017، وبدل هذا الارتفاع في أعداد الطلبة على زيادة فرص الالتحاق بالجامعات بالموازاة مع تحسن الوضع الأمني في الجزائر بعد العشرية السوداء ورغبة أغلبية الناجحين في مواصلة الدراسة في الجامعة، بالإضافة إلى مجانية التعليم العالي مع توفير الخدمات الجامعية من نقل وإطعام وإقامة مجانا، أما بالنسبة للتأطير الجامعي، وحسب نشرية الديوان الوطني للإحصائيات لسنة 2017، فالجامعة الجزائرية تتوفر على 57628 أستاذ جامعي دائم منهم 64 أستاذ أجنبي.

وحسب إحصائيات صندوق النقد العربي لسنة 2018 فلقد حقق معدل القيد الإجمالي في التعليم العالي نموا ملحوظا خلال الفترة 2010-2016 في الجزائر، حيث ارتفع هذا المعدل من 29.8% في سنة 2010 إلى 42.7% في سنة 2016، كما نلاحظ بأنه توجد فجوة كبيرة نوعا ما في القيد في التعليم العالي لصالح الإناث، حيث بلغ معدل القيد الإجمالي في التعليم العالي بالنسبة للإناث نسبة 53.6% في حين قابلها معدل 32.1% بالنسبة للذكور، وما يمكن قوله بأنه من المؤشرات الأخرى الدالة على تواضع نوعية وأداء التعليم العالي في الجزائر هو عدم ظهور أية جامعة جزائرية في قائمة أفضل 100 جامعة في العالم، فحسب تصنيف "QS" Quacquarelli symonds لأفضل جامعات العالم لعام 2019¹، هذا التصنيف الذي يصدر عن الشركة البريطانية "كواكاريلي سيموندس": حصلت الولايات المتحدة على معظم المراكز المتقدمة في التصنيف، كما حصدت المراكز الأربعة الأولى في قائمة أفضل 100 جامعة في التصنيف، تلتها المملكة المتحدة وسويسرا وظهرت دول عدة في هذه القائمة كسنغافورة وهونغ كونغ وأستراليا وفرنسا وهولندا وألمانيا وتايوان والأرجنتين ونيوزلندا وبلجيكا والدنمارك وروسيا والسويد، في حين لم تظهر أي دولة عربية في هذه القائمة، ولقد كان أول ظهور لجامعات الدول العربية كان للسعودية عند المرتبة 189 وحصلت عليها جامعة الملك فهد للبترول والمعادن.

4- الخدمات الصحية: شهدت الخدمات الصحية في الجزائر اهتماما كبيرا من قبل السلطات وتجسد ذلك في بناء المراكز الصحية والمستشفيات، كما تعتبر الهياكل الصحية من المقومات السياحية الحديثة والتي تعتمد عليها العديد من الدول السياحية لجذب السياح خاصة فيما يتعلق بالترويج للسياحة العلاجية ولذلك وجب الاهتمام بالخدمات الصحية والعمل على تطويرها.

¹ هالة أبو لبة، تصنيفات كيو أس... تعرف على أفضل الجامعات العالمية لعام 2019، من الموقع الإلكتروني <https://midan.aljazeera.net> تم الاطلاع يوم 2019/04/01.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

إن النظام الصحي الجزائري مشكل من القطاع العمومي والقطاع الخاص حيث تتدخل الوزارة الوصية بتسيير وتحسين العلاج في القطاع العمومي كما تعمل على مراقبة شروط الممارسة الطبية في القطاع الخاص، فمنذ الفاتح من جانفي سنة 2008 تم تطبيق نظام صحي جديد وهو نظام يسعى إلى ترقية العلاج القاعدي النوعي ولقد أسفرت تلك التعديلات التنظيمية والقانونية من إعداد مدونة جديدة تخص هياكل الصحة، وبهذا تم استبدال قطاع الصحة بمؤسستين هما: المؤسسة العمومية الاستشفائية والمؤسسة العمومية للصحة الجوية، وعلى هذا الأساس ابتداء من سنة 2008 أصبح العلاج في الجزائر يتم عن طريق المراكز الاستشفائية الجامعية والمؤسسات الاستشفائية المتخصصة والقطاعات الصحية من خلال المراكز الصحية والعيادات المتعددة الخدمات والمستوصفات وقاعات العلاج، بالإضافة إلى القطاع الخاص من خلال العيادات الخاصة والمستشفيات مختلفة التخصصات،¹ والجدول التالي يوضح واقع الهياكل والمنشآت الصحية بالجزائر:

الجدول رقم(3-11): عدد الهياكل الصحية في الجزائر 2015

عدد الأسرة	العدد	الهياكل
14343	16	المراكز الاستشفائية الجامعية
1476	09	المستشفيات
40175	204	المؤسسات العمومية الاستشفائية
12552	76	المؤسسات الاستشفائية المتخصصة
3224	273	المؤسسات العمومية للصحة الجوية
5475	187	المؤسسات الاستشفائية الخاصة
77245	765	المجموع

Source: <http://www.sante.gov.dz/index.php/indicateurs> consulté le 01/04/2018.

لقد ساهمت معظم السياسات المتبعة في زيادة عدد الهياكل الصحية في الجزائر لتصل إلى مجموع 765 مؤسسة استشفائية بقدرة استيعاب تزيد عن 77 ألف سرير، فهذه البرامج التنموية ركزت على جانب الكم من تكثيف للبنى والهياكل دون الاهتمام بشكل موازي بالسياسات والأهداف النوعية في مجال الصحة، فرغم الجهود التي تبذلها السلطات من أجل تحسين الخدمة الصحية إلا أنها لم ترق بعد إلى المستوى الذي

¹ علي دحمان محمد، تقييم مدى فعالية الإنفاق العام على مستوى القطاع الصحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2016/2017، ص

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

يسمح لها بإستقطاب السياح من أجل العلاج بالشكل الذي تشهده بعض البلدان المجاورة مثل تونس التي تستقطب سنويا العديد من الجزائريين للعلاج في مستشفياتها ومراكزها الإستشفائية. ولمعرفة واقع القطاع الصحي في الجزائر نستند إلى بعض المؤشرات الصحية، والجدول التالي يوضح أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في الجزائر.

الجدول رقم(3-12): أهم المؤشرات الدالة على مدى كفاءة الرعاية الصحية في الجزائر

عدد السكان مقابل كل سرير	عدد الممرضات		عدد الأطباء		النسبة المئوية للسكان الذين يحصلون على خدمات صحية %			الإنفاق على الصحة حسب نوع الإنفاق %		الإنفاق العام على الصحة		إجمالي الإنفاق على الصحة
	لكل 100.000 نسمة	لكل 100.000 نسمة	لكل 100.000 نسمة	لكل 100.000 نسمة	2015			2015		2015		
	2015	2010	2015	2010	الجزير	الريف	الإجمالي	الخاص	العام	من إجمالي الإنفاق العام	الإجمالي	من الناتج المحلي الإجمالي
	617	582	244	253	183	156	95	21.2	78.8	8.1	7.2	

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد لسنة 2017، الكويت.

من خلال هذا الجدول ندرك مدى تحسن المؤشرات الصحية في الجزائر وذلك من حيث عدد الأطباء وعدد الممرضات لكل 100.000 نسمة حيث تمكنت الجزائر من توفير 183 طبيب و244 ممرض خلال سنة 2015، كما تمكنت من تحقيق تقدم ملحوظ في اتجاه تعميم الخدمات الصحية حيث تجاوزت نسبة عدد السكان الذين يحصلون على الخدمات الصحية إلى 95%، وتتفاوت هذه النسبة بين الريف والحضر فبالنسبة لسكان الحضر الذين يحصلون على خدمات فتبلغ نسبتهم 98% أما بالنسبة لسكان الريف فتبلغ نسبتهم 88%، أما بالنسبة لعدد السكان مقابل كل سرير فقد بلغ في سنة 2015 ما يقارب 617 ساكن مقابل سرير واحد في سنة 2015 حيث نلاحظ زيادة في هذا المعدل بالنسبة لسنة 2010.

كما ويتكون الإنفاق على الصحة من الاستثمارات في الأبنية والآليات والمعدات والتجهيزات وكذلك من تمويل الخدمات والمدخلات وفيما يخص حصة الإنفاق على الصحة من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي فقد بلغت 7.2% وتقل هذه النسبة كثيرا عن المتوسط العالمي الذي بلغ في العام ذاته حوالي 9.9%، بينما

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

بلغت نسبة الإنفاق على الصحة من إجمالي الإنفاق العام 8.1% كما لا يزال القطاع العام يتولى المسؤولية الرئيسية في تمويل قطاع الصحة في الجزائر، حيث تقدر نسبة الإنفاق الحكومي إلى إجمالي الإنفاق (الحكومي والخاص) على الصحة نسبة 78.8%، وفيما يلي سوف نتطرق إلى بعض الإحصاءات الحيوية للسكان في الجزائر خلال سنة 2016:¹

- يعبر مؤشر معدل وفيات الأطفال عن مدى كفاءة الرعاية الصحية التي يتلقاها الرضيع خلال أشهره الأولى، كما يدل على مستوى نجاعة النظام الصحي في البلد المعني، وقد بلغ معدل وفيات الأطفال الرضع في الجزائر خلال سنة 2016 نحو 21 حالة وفاة لكل 1000 مولود حي وتحسن هذا المؤشر مقارنة بسنة 2010 حين بلغ نحو 23 حالة وفاة لكل 1000 مولود حي، كما بلغ معدل وفيات الأطفال دون الخامسة نحو 25 حالة وفاة لكل ألف مولود حي في عام 2016؛
- يعتبر متوسط العمر المتوقع عند الميلاد مؤشرا مركبا يختزل معطيات متعددة تتعلق بكفاءة النظام الصحي ومستوى الظروف المعيشية للسكان، وقد بلغ متوسط العمر المتوقع عند الميلاد في عام 2016 حوالي 76 سنة في حين بلغ 77 سنة في سنة 2015؛
- بلغ معدل الخصوبة الإجمالي في سنة 2016 ما يقارب 2.8% في حين بلغ هذا المعدل ما قيمته 2.1% في سنة 2010.

كما تجدر الإشارة إلى أن النظام الصحي في الجزائر غير فعال، بمعنى أن إرتفاع الإنفاق لا تقابله زيادة في نوعية وجاذبية المصحات والمستشفيات، والدليل على ذلك أن العديد من المواطنين الجزائريين الميسورين أو المكفولين ببعض التأمينات الاجتماعية يضطرون إلى السفر إلى الخارج للاستشفاء وهذا ما هو شائع بكثرة خلال السنوات الأخيرة، كما أن النظام الصحي في الجزائر غير قادر على مواجهة المنافسة الدولية كما وأنه غير مستعد بما يكفي لمواجهة التحديات الجديدة ومكافحة الأوبئة العابرة للقارات.

المبحث الثالث: أداء القطاع السياحي الجزائري

يلعب القطاع السياحي دورا بارزا في اقتصاديات الكثير من الدول السياحية، حيث أنه يساهم في الدخل الوطني من خلال الإيرادات السياحية المحققة وفي تحسين ميزان المدفوعات وكذا توفير مناصب عمل، غير أن هذا الدور يختلف من دولة لأخرى حسب ما يحظى به هذا القطاع من أهمية لدى الجهات المعنية وحسب المؤهلات والقدرات السياحية التي يمتلكها البلد، لذلك سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تبيان دور السياحة ومساهمتها في تحقيق التنمية في الجزائر.

¹ من إعداد الطالبة بالاعتماد على بعض معطيات التقرير الاقتصادي العربي الموحد الصادر عن صندوق النقد العربي سنة 2018.

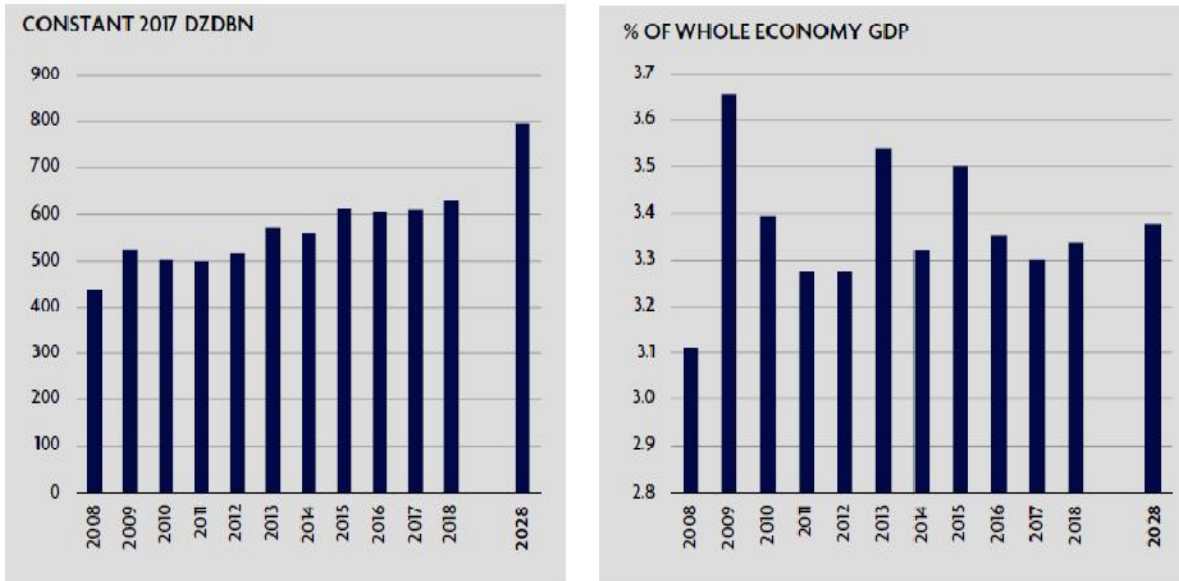
الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي PIB

يمثل الناتج المحلي الإجمالي أحد أهم المؤشرات التي تبين مدى الأداء الاقتصادي سواء محليا أو عالميا، وتمثل نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مؤشرا هاما يقيس مدى تطور القطاع السياحي، حيث أن السياحة تمارس أنشطتها من خلال وحداتها الخدمية المتمثلة في الفنادق، المطاعم، النقل...، وبلغت نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي لسنة 2017 حوالي 10.7% وبمساهمة مباشرة قدرها 4.6% من الناتج المحلي الإجمالي¹.

إن الدخل الناتج عن السياحة هو مقدار ما ينفقه السياح مقابل الخدمات أثناء رحلاتهم لزيارة المواقع الأثرية والتاريخية والمدن السياحية والمواقع المقدسة والذي يعد إيرادا للوحدات الخدمية العاملة في مجال السياحة، والشكل الموالي يوضح تطور المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي.

الشكل رقم (3-4): تطور المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر خلال الفترة 2017/2008



Source: World Travel & Tourism Council (WTTC); TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 ALGERIA ,p3(<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/algeria2018.pdf>)

من خلال الشكل نلاحظ بأن المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2017 قد بلغت حوالي 610.4 مليار دينار جزائري أي نسبة 3.3% من الناتج المحلي الإجمالي، حيث ارتفعت بنسبة 1.75% عن سنة 2016 حيث بلغت 599.7 مليار دينار جزائري، ونلاحظ من الشكل السابق

¹ World Travel & Tourism Council (WTTC), in :<https://www.treadright.org/news/press-releases-news-our-partners-sustainable-travel/world-travel-tourism-council-unveils-2018>(13/02/2019)

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

أن طيلة هذه الفترة نسبة المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي لم يتعد 3.7% وهي نسبة ضئيلة جدا ومن المتوقع أن تصل هذه القيمة إلى 796.0 مليار دينار جزائري في آفاق 2028 أي بنسبة قدرها 3.4% من الناتج المحلي الإجمالي ويرجع سبب ضعف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي خلال هذه الفترة إلى هيمنة قطاع المحروقات وعدم تنوع مصادر الثروة في الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكافي بالسياحة من طرف السلطات العمومية.

واحتلت الجزائر المرتبة 54 عالميا في المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي بما قيمته 5.4 مليار دولار في سنة 2017 وهي قيمة ضئيلة نوعا ما مقارنة بالقيمة المتوسطة العالمية والتي قدرت حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة بـ 21.5 مليار دولار.¹

في حين بلغت المساهمة الإجمالية للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ما قيمته 1262.4 مليار دينار جزائري في سنة 2017 أي نسبة 6.8% من الناتج في حين بلغت المساهمة الإجمالية للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي قيمة 1230.7 مليار دينار جزائري في سنة 2016 أي نسبة 7.4% من الناتج المحلي، وبهذا احتلت الجزائر المرتبة 58 عالميا في قيمة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي حيث بلغت 11.3 مليار دولار، ومن خلال القيمة المتوسطة لدول شمال إفريقيا التي بلغت 12.2 مليار دولار تبين أن الجزائر ليست متأخرة إلى درجة كبيرة في هذا المجال مقارنة بالدول المجاورة، إلا أن هذه القيمة تبقى ضئيلة مقارنة بالقيمة المتوسطة العالمية التي بلغت 62.9 مليار دولار حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة لسنة 2018.² كما احتلت الجزائر المرتبة 135 عالميا في نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 6.8% في سنة 2017 في حين بلغت النسبة المتوسطة لشمال إفريقيا 10.9% وهي نسبة ضعيفة تبين تأخر القطاع السياحي في الجزائر.³

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل وفي تحسين المستوى المعيشي للأفراد

إن قطاع السياحة يساهم في خلق العديد من فرص الشغل، كما أنه يساهم في تحسين معيشة الأفراد، ومن خلال المطلب سوف نتعرف عن عدد الوظائف المباشرة وغير المباشرة التي يخلقها القطاع السياحي الجزائري، وهل أستطاع هذا الأخير أن يحسن المستوى المعيشي للأفراد الجزائريين.

¹ Idem.

² Idem.

³ Ibid, p 8.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

أولاً- مساهمة القطاع السياحي في التشغيل:

يمثل القطاع السياحي مصدرا رئيسيا للتوظيف والتشغيل حيث يتميز بأنه من الصناعات التي تحتاج إلى يد عاملة فهو يوصف بأنه قطاع كثيف العمالة، وتتنوع هذه اليد العاملة بين خدمات وكلاء السفر وشركات الطيران، الفنادق، المطاعم والمقاهي، كما أن القطاع السياحي مرتبط بباقي القطاعات الأخرى مثل النقل والمواصلات، الصناعات التقليدية، وهذا ما يجعل هذا القطاع قادرا على خلق فرص العمل المباشرة وغير المباشرة، حيث تشير الإحصائيات إلى أن اقتصاد السياحة أستوعب أكثر من 313 مليون شخص على المستوى العالمي حسب تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 2017.

وتشير الدراسات كذلك في هذا المجال إلى أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الأخرى وتمثل حوالي نسبة 9.9% من العمالة على المستوى العالمي، ومن هذا المنطلق فإن الاستثمار في قطاع السياحة يعتبر مخرجا ضروريا لتوفير فرص عمل إضافية ومعالجة مشكلة البطالة في الجزائر، والجدول التالي يوضح مساهمة قطاع السياحة في خلق فرص العمل المباشرة وغير المباشرة في الجزائر: الجدول رقم(3-13): مساهمة قطاع السياحة في العمالة المباشرة وغير المباشرة في الجزائر خلال الفترة

2017/2015

الجزائر	العمالة المباشرة		العمالة المباشرة وغير المباشرة	
	عدد المشتغلين(ألف)	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين(ألف)	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %
2015	324.6	3.0	682.9	5.7
2016	346.7	3.1	731.4	6.5
2017	320.1	2.8	678.7	6.0

Source: World Travel & Tourism Council (WTTC);

- TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 ALGERIA.
- TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 ALGERIA.
- TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2016 ALGERIA

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن قطاع السياحة قد وفر حوالي 320.100 وظيفة مباشرة في عام 2017 (2.8% من إجمالي العمالة) في حين وفر هذا القطاع حوالي 346.700 وظيفة (3.1% من إجمالي العمالة) في سنة 2016، وهذا الارتفاع المحقق في عدد الوظائف المباشرة والوظائف الإجمالية بالمقارنة مع سنة 2015 حيث بلغ عدد الوظائف المباشرة حوالي 324.600 وظيفة مباشرة وحوالي 682.900

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

وظيفة إجمالية راجع إلى الأهمية التي أصبح القطاع السياحي يحظى بها مؤخرا والجهود المبذولة من أجل توفير الشروط الكفيلة بتحقيق الأهداف السياحية المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030.

وفي هذا الصدد احتلت الجزائر المرتبة 44 عالمياً¹ في المساهمة المباشرة في توظيف اليد العاملة حيث وفرت 320.100 منصب وهو عدد منخفض مقارنة بمتوسط المساهمة المباشرة للسياحة في التوظيف في العالم والتي قدرت بـ 937.500 منصب شغل، أما بالنسبة للمساهمة الإجمالية للقطاع السياحي في التوظيف فقد احتلت الجزائر المرتبة 50 عالمياً في سنة 2017 بـ: 678.700 منصب وهو عدد ضعيف مقارنة بمتوسط المساهمة الإجمالية في التوظيف في العالم والذي بلغ 2341.000 منصب.²

واحتلت المرتبة 143 عالمياً بنسبة 6.0% في المساهمة الإجمالية للسياحة في إجمالي العمالة وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة المتوسطة في شمال إفريقيا والتي قدرت بـ 9.8%³. ويعود هذا الأداء الضعيف للقطاع السياحي الجزائري في امتصاص القوى العاملة إلى عدة اعتبارات نذكر منها:

- نقص التأهيل والتكوين السياحي الذي يشجع على الاستثمار في قطاع السياحة والفندقة والذي تتولد عنه عمالة مباشرة وغير مباشرة؛
- العجز في هياكل الإيواء السياحي وغياب المنافسة بسبب ضعف المنتج والخدمات السياحية الجزائرية؛
- غياب الاستقرار والاستمرارية في البرامج والإجراءات بسبب تغيير المسؤولين؛
- موسمية النشاط السياحي في الجزائر والذي يتزامن مع فترة الصيف أين يتزايد عدد العاملين في النشاط السياحي لكن سرعان ما يتناقص هذا العدد بزوال موسم الذروة؛
- وجود عراقيل أمام المستثمرين الراغبين في الاستثمار في القطاع السياحي تتراوح بين عراقيل إدارية، مالية وتنظيمية، بالإضافة إلى تردد الكثير من المستثمرين في ولوج هذا النوع من الاستثمارات لطول فترة الحصول على العائد وكثرة المخاطر التي من الممكن أن يتعرض إليها المستثمر.

ثانياً- مساهمة السياحة في تحسين معيشة الأفراد: تتأثر مساهمة السياحة في تحسين معيشة الأفراد بنسبة الإيرادات السياحية المحققة من طرف الدولة، لذلك فالبلدان السياحية التي تحقق مداخيل سياحية مرتفعة يستفيد أفرادها بنسبة معتبرة من هذه المداخيل، وبما أن مداخيل الجزائر من السياحة ضعيف جداً فإن مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي لسكانها ضعيف، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

¹ Ibid, p 7.

² Idem.

³ Ibid, p 8.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الجدول رقم (3-14): نصيب الفرد من الإيرادات السياحية الجزائرية

الوحدة: دولار أمريكي

السنوات	نصيب الفرد من الإيرادات السياحية
2000	3.27
2001	3.16
2002	3.16
2003	3.46
2004	5.42
2005	14.33
2006	11.64
2007	9.74
2008	13.58
2009	10.19
2010	8.99
2011	8.17
2012	7.87
2013	8.53
2014	8.91

المصدر: صورية مساني، الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، 2017/2018، ص 270.

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح أن نصيب الفرد من الإيرادات السياحية خلال الفترة 2000-2005 عرفت تطورا ايجابيا بحيث انتقلت من 3.27 دولار أمريكي سنة 2000 إلى 14.33 دولار أمريكي سنة 2005، وبعدها عرفت النتائج تذبذبا في الفترات الأخرى، و لكن يمكن القول بأن هذه المساهمة تعد منخفضة جدا ولا تسمح بتحسين معيشة الأفراد، ويعود هذا الانخفاض أساسا إلى قلة تدفقات السياح الوافدين إلى الجزائر إضافة إلى نقص المرافق الهياكل الأساسية والمرافق السياحية والترفيهية والتي تدفع السياح إلى الإنفاق ومنه انخفاض الإيرادات السياحية، وبالتالي فإن السياحة الجزائرية غير قادرة على تحسين معيشة السكان الجزائريين.

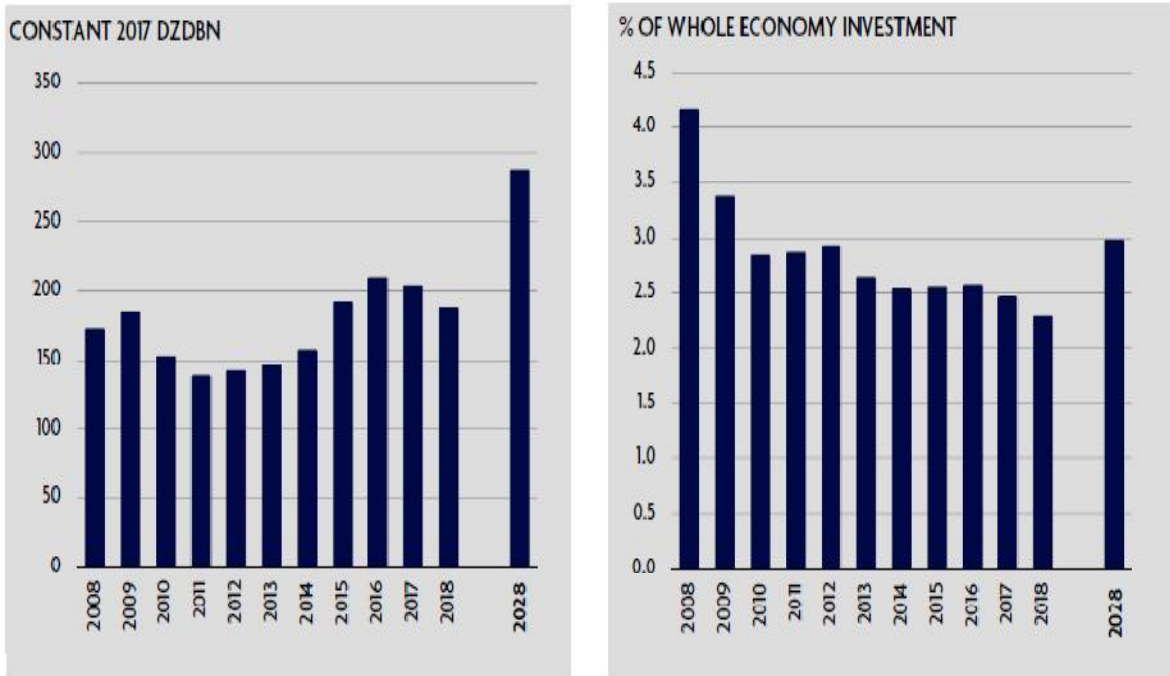
الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي:

إن حجم الاستثمارات الموجهة إلى قطاع اقتصادي معين يبين أهمية هذا القطاع بالنسبة لاقتصاد تلك الدولة ويعبر عن موقعه من الإستراتيجية التنموية الوطنية، وقد لقي الاستثمار السياحي في الجزائر اهتماما من طرف السلطات الوصية، حيث تم منح العديد من الامتيازات للمستثمرين في القطاع السياحي بدءا من منح العقار السياحي وتوفير تسهيلات إدارية مع المرافقة في تقديم التمويل المالي والعمل على إزالة العقبات التي تقف أمام المستثمر.

وفيما يلي سوف نتطرق إلى حجم رؤوس الأموال المستثمرة في القطاع السياحي الجزائري.

الشكل رقم(3-5): حجم رؤوس الأموال المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2017/2008



Source: World Travel & Tourism Council (WTTC); TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 ALGERIA ,p 5(<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/algeria2018.pdf>)

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ بأن حجم الاستثمارات في القطاع السياحي قدرت سنة 2017 بحوالي 202.5 مليار دينار جزائري في حين قدرت بـ 196.1 مليار دينار في سنة 2016 ، ورغم هذا الارتفاع إلا أن نسبة حجم الاستثمار من الناتج المحلي الإجمالي بقيت ثابتة نوعا ما في حدود 2.6% أي ما يقدر بـ: 1.8 مليار دولار أمريكي وهي قيمة منخفضة نوعا ما مقارنة بالقيمة المتوسطة عالميا التي قدرت بـ: 4.8

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

مليار دولار، وكذا القيمة المتوسطة لدول شمال إفريقيا التي قدرت بـ: 2.1 مليار دولار، ومن المتوقع أن تصل حجم الاستثمارات في القطاع السياحي إلى 286.3 مليار دينار جزائري في سنة 2028. وتحتل الجزائر المرتبة 56 عالميا في قيمة الاستثمارات الموجهة نحو القطاع السياحي والمرتبة 159 عالميا في نسبة هذه الاستثمارات من الناتج المحلي الإجمالي حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة لعام 2018.

أما عن حصيلة الاستثمارات السياحية في الجزائر فسنحاول الوقوف على حصيلة هذه الاستثمارات خلال الفترة 2002-2017، على اعتبار أنها تمثل أهم المؤشرات التي يمكن من خلالها قياس حجم الاهتمام بالنشاط السياحي والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (3-15): عدد تصريحات الاستثمارات للفترة بين 2002-2017 حسب القطاعات

الفرع الصناعي	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون دينار جزائري	%	منصب الشغل	%
الزراعة	1342	2.12	260750	1.82	55240	4.49
البناء	11031	17.44	1331679	9.31	242428	19.68
الصناعة	12698	20.08	8373763	58.56	538558	43.73
الصحة	1093	1.73	221383	1.55	25968	2.11
النقل	29267	46.28	1164966	8.15	158780	12.89
السياحة	1266	2.00	1228830	8.59	77158	6.26
الخدمات	6531	10.33	1272057	8.90	125014	10.15
التجارة	2	0.00	10914	0.08	4100	0.33
الاتصالات	5	0.01	436322	3.05	4348	0.35
المجموع	63235	100	14300664	100	1231594	100

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار <http://www.andi.dz> تاريخ التصفح 2019/09/25.

يلاحظ من معطيات الجدول أعلاه أنه على الرغم من التحفيز التي وفرتها الحكومة الجزائرية للمستثمرين في القطاع السياحي والعمل على توفير بيئة استثمارية محفزة على الاستثمار في القطاع السياحي إلا أن عدد المشاريع السياحية لم يرتق إلى المستوى المطلوب، حيث مثلت عدد المشاريع الاستثمارية المصرح بها في القطاع السياحي 1266 مشروع فقط بنسبة 02% من العدد الإجمالي للمشاريع، وبمبلغ يقدر بـ 1228830 مليون دينار جزائري بنسبة 8.59% من القيمة الإجمالية للمشاريع، ووفرت هذه المشاريع حوالي 77158 منصب شغل، وهذه الحصيلة المحتشمة للمشاريع في القطاع السياحي إنما تعكس عدم رغبة

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب في دخول هذا النوع من الاستثمارات نظرا لكثرة الصعوبات والعراقيل التي تصادفها والتي سوف نتطرق إليها لاحقا.

أما عن حالة المشاريع السياحية في الجزائر لغاية عام 2018 فيمكن أن نرصد أربع حالات لهذه الاستثمارات حسب إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية وهي كما يلي:

1- استثمارات سياحية في طور الانجاز؛

2- استثمارات سياحية متوقفة؛

3- استثمارات سياحية غير منطلقة؛

4- استثمارات سياحية منجزة.

والجدول التالي يوضح حالة هذه المشاريع السياحية بالأرقام:

الجدول رقم(3-16): وضعية المشاريع السياحية في نهاية سنة 2018

نوع المشروع	مجموع المشاريع	عدد الأسرة	عدد المناصب
مشاريع قيد الانجاز	799	100866	41879
مشاريع متوقفة	181	19745	8535
مشاريع لم تنطلق	1163	162774	61629
المشاريع المنجزة	67	5773	2447
المجموع	2210	289158	114490

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الاستثمار السياحي، سنة 2019.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتبين أن العدد الإجمالي للمشاريع الاستثمارية المسجلة على مستوى وزارة السياحة والصناعة التقليدية بلغ 2210 مشروعا في نهاية سنة 2018 بطاقة إيواء تبلغ 289158 سريرا، وقدر عدد المناصب الممكن إحداثها بـ 114490 منصب شغل مباشر، أي ما يقابل 0.40 منصب شغل مباشر لكل سرير مستحدث ويعتبر هذا المعدل منخفضا مقارنة بالمتوسط المحقق دوليا والذي يقدر بـ 0.5 منصب شغل مباشر لكل سرير.

كما يلاحظ بطى وتيرة إنجاز المشاريع السياحية في الجزائر التي لا تلي الاحتياجات الحالية في الحظيرة الفندقية المطلوب إنجازها في نهاية سنة 2018 المقدر بـ 289158 سريرا، حيث قدرت عدد المشاريع التي لم تنطلق بعد 1163 مشروعا وتمثل أكثر من نصف المشاريع السياحية أي بنسبة 52.62% من المجموع الإجمالي لعدد المشاريع السياحية وهي نسبة كبيرة جدا، وفي المقابل لا تمثل المشاريع المنجزة إلا نسبة ضئيلة

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

بلغت 3.03% من المجموع الإجمالي، كما تجدر الإشارة إلى أنه تم إحصاء 181 مشروع استثماري متوقف عبر التراب الوطني أي ما يمثل 8.19% من إجمالي المشاريع، حيث كان من المقرر أن تدعم الحظيرة الفندقية بطاقات إيواء تقدر بـ 19745 سرير مع توفير 8535 منصب شغل.

أما بالنسبة للمشاريع قيد الانجاز فقد تم إحصاء 799 مشروعا والتي سوف تسمح بتدعيم الحظيرة الفندقية بطاقات إيواء إضافية تقدر بـ 100866 سرير والتي تمثل نسبة 34.88% من إجمالي عدد الأسرة، وقدر عدد المناصب الممكن إحداثها 41879 منصب شغل.

أما عن عدد تصاريح الاستثمارات السياحية الأجنبية خلال الفترة 2017/2002 فهي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-17): عدد تصاريح الاستثمارات الأجنبية للفترة بين 2017-2002 حسب القطاعات

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون دينار جزائري	%	منصب الشغل	%
الزراعة	13	1.44	5768	0.23	641	0.48
البناء	142	15.76	82593	3.28	23928	17.91
الصناعة	558	61.93	2050277	81.37	81413	60.95
الصحة	6	0.67	13572	0.54	2196	1.64
النقل	26	2.89	18966	0.75	2407	1.80
السياحة	19	2.11	128234	5.09	7656	5.73
الخدمات	136	15.09	130980	5.20	13842	10.36
الاتصالات	1	0.11	89441	3.55	1500	1.12
المجموع	901	100	2519831	100	133583	100

المصدر: الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار <http://www.andi.dz> تاريخ التصفح 2019/09/25.

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن مجموع المشاريع الأجنبية المصرح بها خلال الفترة 2017/2002 تقدر بـ 901 مشروع في جميع القطاعات، حيث يحظى قطاع الصناعة بالنصيب الأكبر من مجموع المشاريع الأجنبية والتي قدرت بـ 558 مشروع بنسبة تقارب 62%، ثم يليه كل من قطاع البناء والخدمات بـ 142 و 136 مشروع على التوالي، في حين أن القطاع السياحي وخلال 16 سنة تقريبا لم يستقطب إلا 19 مشروع أجنبي أي بنسبة 2.11% من الاستثمارات الأجنبية المباشرة أي بمعدل

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

مشروع كل سنة تقريبا، وتقدر قيمة هذه المشاريع ب 128234 مليون دينار جزائري كما وفرت 7656 منصب شغل.

أما في الواقع العملي فالحصيلة الإجمالية لعدد الاستثمارات السياحية الأجنبية لم تتجاوز تسعة مشاريع استثمارية متعددة الوضعية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

الجدول رقم (3-18): حصيلة الاستثمارات الأجنبية السياحية في الجزائر خلال الفترة 2007-2017

الولاية	المشروع/ الشراكة	تاريخ بدء المشروع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	القيمة بمليون دينار جزائري	وضعية المشروع
الجزائر	قرية سياحية شركة إمرال العقارية الإماراتية "فروم الجزائر" شراكة جزائرية إماراتية	2007/07/15	1220	700	43000.00	قيد الانجاز (نسبة الانجاز 70%)
	مركب سياحي تريست-باب الزوار شراكة جزائرية-أردنية-قطرية	2013/07/08	720	450	27122.65	قيد الانجاز (نسبة الانجاز 98%)
	فندق باب الزوار شراكة جزائرية-صينية	2016/03/29	672	256	6001.56	لم تنطلق
	فندق باب الزوار شراكة جزائرية-صينية	2017/01/24	894	400	6519.51	لم تنطلق
	فندق بلوزداد شراكة جزائرية-قطرية	2017/11/09	1082	500	26918	لم تنطلق
	فندق بن عكنون شراكة جزائرية-صينية	2014/05/29	254	80	195.5	مشروع منجز
	فندق شراكة جزائرية-سعودية	2016/04/14	236	125	2000	قيد الانجاز (نسبة الانجاز 50%)
سكيكدة	قرية للعطل + حديقة منطقة التوسع السياحي بن مهدي شراكة جزائرية-سعودية	2012/08/12	1662	1500	7320	قيد الانجاز (نسبة الانجاز 70%)
قسنطينة	فندق عين سمارة شراكة جزائرية-سعودية	2008/04/02	300	100	1560	متوقف

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، سنة 2019.

رغم ما يكتسبه قطاع السياحة من أهمية بالغة في السوق الدولي سواء من حيث المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن حيث تنوع مصادر الدخل خارج قطاع المحروقات إلا أن ما نلاحظه من

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

خلال معطيات الجدول أن نسبة تدفق الاستثمارات الأجنبية في الجزائر ضعيفة جدا، حيث أنه تم رصد 9 مشاريع أجنبية فقط في القطاع السياحي وكل هذه المشاريع متمركز في المدن الكبرى.

كما أن أغلب هذه المشاريع هي مشاريع فندقية فمن أصل 9 مشاريع هناك 6 منها عبارة عن مشاريع فندقية، وما نلاحظه أيضا أن 3 مشاريع لم تنطلق بها الأشغال بعد والتي كان من الممكن أن تدعم الحظيرة الفندقية ب 2648 سرير وأن توفر حوالي 1156 منصب شغل، كما أن مشروع واحد متوقف علما أن تاريخ بدء هذا المشروع كان منذ سنة 2008، فخلال عشرية من الزمن لم يكتمل المشروع بعد.

ونلاحظ أيضا أن المشاريع قيد الإنجاز كلها فاقت نسب الانجاز بها 50%، لكن أغلبها شهد وتيرة إنجاز بطيئة جدا، فمشروعين دامت مدة الإنجاز فيهما حوالي 7 سنوات، ومشروع حوالي 12 سنة ومشروع آخر حوالي 4 سنوات.

ومنه يمكن القول بأنه خلال عشرية من الزمن لم تستطع الجزائر استقطاب عدد لا بأس به من المشاريع الأجنبية فالحصيلة الإجمالية للاستثمارات الأجنبية السياحية بها قليلة جدا ومن أصل 9 مشاريع سياحية تم إنجاز مشروع واحد فقط وهذه الوضعية يمكن إرجاعها إلى مجموعة العراقيل والمعوقات التي وقفت أمام المستثمرين في القطاع السياحي وإلى أسباب أخرى تتعلق بمناخ الاستثمار السياحي.

الفصل الثالث: تحليل مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر

خلاصة:

من خلال المؤشرات التي ذكرناها في هذا الفصل وفي إطار النظرة الكلية لاقتصاد الجزائر تبين أن هذا الاقتصاد يحمل في طياته إمكانيات هائلة للنمو، كما وأن الجزائر تمتلك العديد من المقومات والإمكانيات التي كان من الممكن أن تشكل عرض سياحي جذاب من شأنه أن يحفز على إقبال السياح الأجانب وكذا تشجيع الاستثمارات لتوفير خدمات ومتطلبات السياح وللسكان، فعلى الرغم من قيام الحكومة بمختلف السياسات والإصلاحات وتحديث التشريعات المنظمة للاستثمار السياحي وتوفير مزايا وحوافز للمستثمرين في سبيل توفير مناخ استثماري ملائم وجذاب، إلا أن الواقع العملي بين حصيلة محتممة من الاستثمارات وأكثر من 52% من المشاريع الاستثمارية لم تنطلق بعد من أصل 2210 مشروع استثماري، فمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر لا يزال غير مؤهل تأهيلا كافيا، هذا ما انعكس سلبا على أداء القطاع السياحي الجزائري، فعلى صعيد مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي فإن المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي بلغت حوالي 610.4 مليار دينار جزائري في سنة 2017، أما بالنسبة لمساهمة القطاع السياحي في التشغيل فنلاحظ بأن قطاع السياحة قد خلق أكثر من 320 ألف وظيفة مباشرة في عام 2017 (2.8% من إجمالي العمالة) في حين خلق هذا القطاع أكثر من 346 ألف وظيفة (3.1% من إجمالي العمالة) في سنة 2016، أما بالنسبة للمساهمة الإجمالية للقطاع السياحي في التوظيف سنة 2017 فقدت بأكثر من 678 ألف منصب.

وعن نصيب الفرد الجزائري من الإيرادات السياحية فهو ضعيف جدا، فالقطاع السياحي الجزائري غير قادر على تحسين معيشة الأفراد وهذا راجع أساسا إلى انخفاض قيمة الإيرادات السياحية، أما إذا تكلمنا عن حجم الاستثمارات في القطاع السياحي فقد قدرت سنة 2017 بحوالي 202.5 مليار دينار جزائري في حين قدرت بـ 196.1 مليار دينار في سنة 2016، وهذا ما جعل الجزائر تحتل المرتبة 56 عالميا في قيمة الاستثمارات الموجهة نحو القطاع السياحي .

وعن عدد المشاريع الاستثمارية المصرح بها في القطاع السياحي فقد بلغت 1266 مشروع منها 19 مشروع أجنبي أي بنسبة 2.11% من الاستثمارات الأجنبية المباشرة وهي نسبة ضئيلة جدا إذا ما قارناها بالإمكانيات الهائلة للبلاد وبالاستراتيجيات الوطنية لهذا القطاع.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية

للجزائر

تمهيد:

إن القطاع السياحي هو قطاع إستراتيجي ولتحقيق أداء جيد على مستوى المؤشرات السياحية يتوجب استغلال كل المقومات السياحية التي تتوفر عليها البلاد وبناء إستراتيجية سياحية واضحة المعالم ، وفي هذا الإطار عملت الحكومة الجزائرية على وضع إستراتيجية بعيدة المدى تتعلق بمخطط توجيهي للتهيئة السياحية الذي يعكس الآفاق المستقبلية لهذا القطاع 2030، حيث تم وضع هذا المخطط بهدف الحفاظ على التوازن بين ثلاث أبعاد للتنمية المستدامة، بدءا بالعدالة الاجتماعية مرورا بالفعالية الاقتصادية والمحافظة على البيئة على مستوى الوطن وذلك من خلال تجنيد كل الفاعلين وكل القطاعات الداعمة للقطاع السياحي، ويعتبر هذا المخطط وسيلة لثمين الإمكانيات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للجزائر وجعلها مركزا للتميز السياحي المستدام في منطقة المتوسط، كما يرمي إلى تحقيق أهداف أخرى على المستوى الكلي والمستوى الجزئي.

وسنركز في هذا الفصل على عرض مختلف المؤشرات السياحية المحققة، منها مؤشر الطاقة الفندقية بالإضافة إلى مؤشر الليالي السياحية التي يقضيها السياح المقيمون وغير المقيمين، كما سنتطرق إلى دراسة وضعية الميزان السياحي بشقيه العائدات والنفقات السياحية، كما وسوف نتعرض إلى جملة العراقيل والصعوبات التي تعرقل نمو الاستثمارات السياحية في الجزائر.

ومن أجل ذلك، جاءت مباحث هذا الفصل موزعة كالآتي:

المبحث الأول: أداء المؤشرات السياحية للجزائر.

المبحث الثاني: معوقات وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الثالث: ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر TTCI

(2019)

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

المبحث الأول: أداء المؤشرات السياحية للجزائر

تزخر الجزائر بالعديد من المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية المهمة كما تتوفر على إمكانات مادية وبشرية لا بأس بها، غير أن هذه الإمكانيات تبقى غير كافية لبناء صناعة سياحية، لذلك لابد من إعطاء عناية أكثر لهذا القطاع، من خلال توفير مناخ استثماري ملائم لتطوير خدمات البنية التحتية وتوفير طاقات إيواء تتناسب مع رغبات ومتطلبات السياح بهدف استقطاب السياح الأجانب لزيادة التدفقات المالية السياحية، وسوف نتطرق فيما يلي إلى تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: المقومات الفندقية في الجزائر

تمثل المقومات الفندقية إحدى المؤشرات المهمة في قياس مدى تطور وتقدم القطاع السياحي في أي بلد، فتطورها وتعددتها وتنوعها ومستوى جودة خدماتها يعكس مدى تقدم هذا القطاع، كما يعكس أيضا مدى اهتمام المستثمرين سواء كانوا محليين أو أجانب بالاستثمار في القطاع السياحي في هذا البلد، وطاقات الإيواء لا تعتبر مصدر ربح فقط وإنما تعتبر عامل جاذب للسياح، فهناك العديد من السياح يقصدون بلدان من مختلف أقطار العالم لزيارة فنادق ذات شهرة تاريخية أو تقدم خدمات راقية ومتميزة، وبالنسبة للجزائر فقد عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظا خلال السنوات الأخيرة وهذا ما يظهره الجدول التالي:

الجدول رقم(4-1): تطور عدد الأسرة في الجزائر للفترة 2007-2018

السنوات	عدد الأسرة
2007	85000
2008	85876
2009	86383
2010	92377
2011	94021
2012	96898
2013	98804
2014	99605
2015	102244
2016	107420
2017	112264
2018	119155

Source: Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques, quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

توضح البيانات أعلاه أن عدد الأسرة في الفنادق في تطور مستمر ولكن بمعدل بطيء حيث بلغ عدد الأسرة في سنة 2007 حوالي 85000 سرير وارتفع في سنة 2018 إلى 119155 سرير وهذا بفضل الجهود التي تبذلها الدولة، والجدول التالي يوضح الحظيرة الفندقية في الجزائر:

الجدول رقم (4-2): الحظيرة الفندقية بمعيار عدد الأسرة حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2018

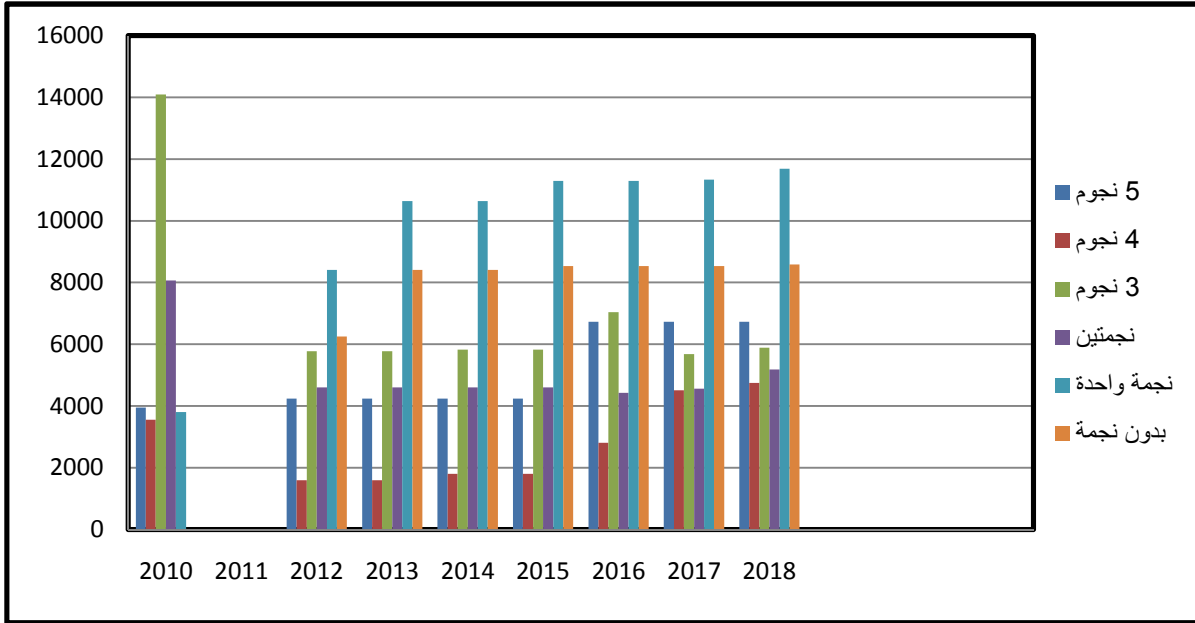
المجموع الإجمالي	بدون نجمة	نجمة واحدة	نجمتين	3 نجوم	4 نجوم	5 نجوم	فئة التصنيف
							السنوات
92377	-	3804	8070	14090	3560	3948	2010
94021	-	-	-	-	-	-	2011
96898	6250	8407	4605	5775	1600	4242	2012
98804	8406	10639	4605	5775	1600	4242	2013
99605	8406	10639	4605	5829	1800	4242	2014
102244	8533	11295	4605	5829	1800	4242	2015
107420	8533	11295	4425	7045	2810	6734	2016
112264	8533	11335	4565	5678	4508	6734	2017
119155	8590	11684	5185	5886	4746	6734	2018

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

ويمكن ترجمة معطيات الجدول أعلاه إلى الشكل التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم(4-1): الحظيرة الفندقية بمعيار عدد الأسرة حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2018



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول أعلاه.

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن عدد أسرة طاقات الإيواء في الجزائر قد شهد تطورا ملحوظا خلال هذه الفترة، حيث قدر إجمالي عدد الأسرة خلال سنة 2007 ب 85000 سرير بما فيها كل أشكال الإيواء السياحي من فنادق مصنفة وغير مصنفة وإقامات سياحية ونزل وقرى العطل وهايكل أخرى مخصصة للفندقة ليصل إلى 119155 سرير في سنة 2018 حيث أن هذا التطور راجع للسياسة الجديدة التي اعتمدها الحكومة واهتمامها بالقطاع السياحي، كما نلاحظ أن عدد أسرة الفنادق ذات النجمة الواحدة يحتل المرتبة الأولى من ضمن التصنيفات الأخرى والتي بلغ عدد أسرته سنة 2018 إلى 11684 سرير، وتتميز هذه الفنادق بضعف جودة خدماتها ولكنها تلاءم العديد من السياح ذوي الدخل المنخفضة ولكن هذا النوع لا يتلاءم وطلب السياحة الدولية حيث أنها لا توفر خدمات في مستوى الخدمات التي أعتاد عليها السائح الأجنبي وفي المرتبة الثانية تأتي الفنادق بدون نجمة، ومن الملاحظ أيضا سيطرة الفنادق ثلاث نجوم والتي تتناسب خدماتها وأسعارها مع معظم فئات السياح وخاصة السياح المحليين منهم وكذا السياح الوافدين من الدول المجاورة، كما نلاحظ أن الفنادق ذات 5 نجوم قد إرتفع عدد أسرته بشكل ملحوظ خلال سنة 2016 وبقي هذا العدد ثابتا خلال السنوات الثلاث الأخيرة، حيث أن هذه الفئة تستهدف شريحة معينة وهم رجال الأعمال والسياح الوافدين لحضور مناسبات دولية ومؤتمرات، وهذا الارتفاع في عدد الأسرة راجع لدعم الحكومة الجزائرية للمستثمرين وفتح المجال أمام القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

أما الجدول التالي يوضح توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي.

الجدول رقم(4-3): توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب المنتج السياحي خلال الفترة 2007-

2018

إجمالي عدد الأسرة	مناخي	حمامات	صحراوي	ساحلي	حضري	نوع المنتج
						السنوات
85000	913	4608	11639	23248	44592	2007
85876	1119	4918	11639	23500	44700	2008
86383	1119	4906	11649	23804	44905	2009
92377	1089	4111	3770	31322	52085	2010
94021	1405	4925	4316	30253	53122	2011
96898	1405	5467	5954	29886	54186	2012
98804	1405	5467	6058	29886	55988	2013
99605	1825	4259	4547	27962	61012	2014
102244	1883	3866	3636	30380	62479	2015
107420	1883	4102	4780	30500	66155	2016
112264	1883	4266	4928	31326	69861	2017
119155	1883	4502	5477	32581	74712	2018

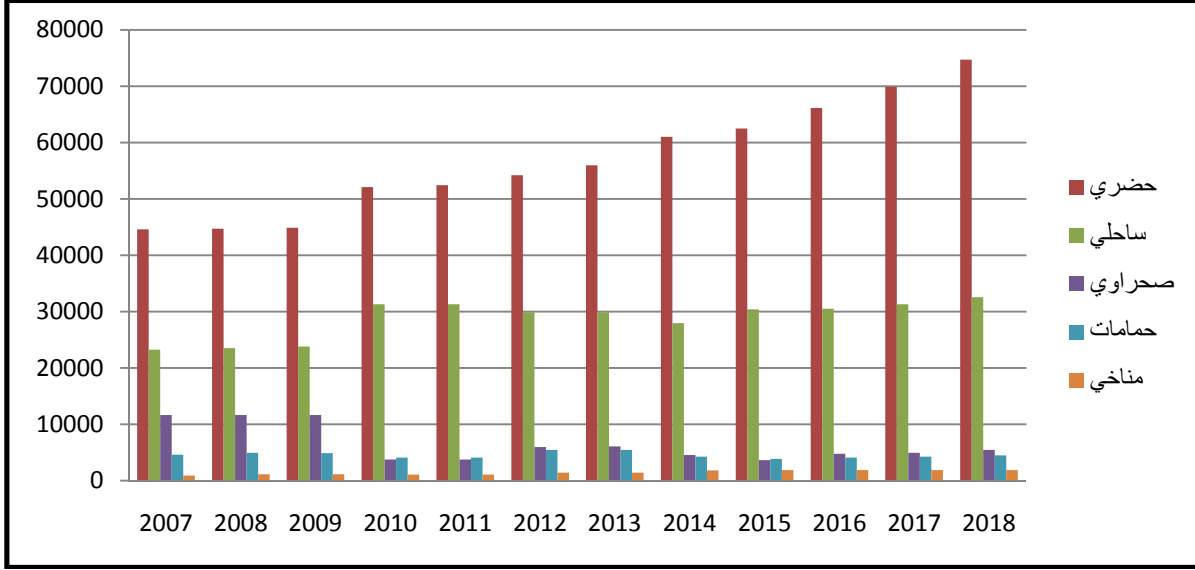
Source: - Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques, quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

- Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques, indicateurs du tourisme algérien, 2017.

ويمكن تمثيل معطيات الجدول أعلاه وفق الشكل التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم (4-2): توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب المنتج السياحي خلال الفترة 2007-2018



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجدول أعلاه.

نلاحظ من خلال هذا الشكل أن طاقات الإيواء تتمركز في المناطق الساحلية والحضرية حيث بلغ عدد الأسرة في الفنادق الحضرية في سنة 2018 ب 74712 سرير، حيث أستحوذ هذا النوع على أكبر حصة من حيث الطاقة الإيوائية ويعود ذلك إلى أنه عنصر أساسي وهام للمدن وتبرز طابعها الحضري خاصة في المدن الرئيسية للبلاد مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة وتلمسان ليلها بعد ذلك المنتج الساحلي حيث قدر ب 32581 سرير في نفس السنة وهذا العدد يعد ضئيلا إذا ما قارناه مع طول الشريط الساحلي الذي يقدر بأكثر من 1600 كلم.

ورغم جهود الدولة كذلك في ترقية السياحة الصحراوية والترويج لها وكذا المقومات الطبيعية والتاريخية التي تزخر بها صحراء الجزائر واهتمام العديد من السياح الأجانب بزيارتها سنويا إلا أن عدد الأسرة في الفنادق الصحراوية قليل جدا حيث قدر عددها في سنة 2018 ب 5477 سرير، ثم تليها الفنادق التي تتركز في الحمامات المعدنية وكذا المناطق الجبلية والتي تشكل نسبا ضئيلة من إجمالي طاقات الإيواء، الأمر الذي يعكس عدم اهتمام السلطات بتوفير وتطوير عدد الهياكل المعدة لاستقبال السياح المهتمين بالسياحة الحموية والجبلية رغم المقومات الطبيعية الهائلة ومختلف المنابع الحموية المنتشرة في أنحاء البلاد.

والجدول الآتي سوف نتطرق فيه إلى توزيع طاقات الإيواء للفنادق الجزائرية بمعيار عدد الأسرة حسب ملكيتها القانونية:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الجدول رقم(4-4): توزيع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة حسب الملكية القانونية للفترة 2010-2018

الملكبة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عمومي	15597	15597	18613	18613	18613	18613	18613	18613	18657
خاص	71184	72420	72407	72313	74744	77383	82301	87145	93992
الجماعات المحلية	5596	6004	5878	5878	6248	6248	6506	6506	6506
الجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	112264	119155

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

-<https://www.mta.gov.dz> (2019/01/14).

- Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques, quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ بأن الحظيرة الفندقية في الجزائر معظمها مملوكة للقطاع الخاص، حيث ساهم هذا القطاع في تعزيز طاقات الإيواء للحظيرة الفندقية بفضل فتح الاستثمار أمام الخواص وتقديم الدعم لهم، وكذا مدى تأثير عمليات الخصخصة والتي أدت إلى انتقال ملكية الفنادق العمومية إلى القطاع الخاص كليا، حيث ساهم في تعزيز هذه الحصيلة لتصل إلى 93992 سرير في سنة 2018، كما تجدر الإشارة إلى أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحي آفاق 2030 أعطى للقطاع الخاص دور أساسي في التنمية السياحية.

أما عن الحظيرة الفندقية التي تعود ملكيتها للقطاع العام فمثلت 18657 سرير في سنة 2018، وإن تراجع عدد الأسرة خلال السنوات الأخيرة مقارنة بسنة 2011 يعود إلى تراجع الدولة عن الاستثمار في القطاع السياحي وترك المجال أمام القطاع الخاص، وعن الفنادق التابعة للجماعات المحلية فهي تلك الفنادق التي تعود ملكيتها للولاية أو الدائرة أو البلدية ويمتاز هذا النوع من الفنادق بأنه أقل درجة مقارنة بالقطاع الخاص

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

والعام حيث بلغت طاقة الإيواء به 6506 سرير خلال سنة 2018، وبقي عدد أسرتها ثابتا خلال السنوات الثلاثة الأخيرة.

- إن الليالي السياحية تعبر عن المدة التي يقضيها السائح في البلد الأجنبي وتختلف هذه المدة من وجهة سياحية إلى أخرى حسب الغرض من الزيارة والتسهيلات والتحفيزات المقدمة وحسب المغريات وكذلك حسب نوعية الخدمات المقدمة وكذا أسعارها وجودتها، وعن تطور الليالي السياحية في الجزائر فهي تنقسم بين ليالي سياحية للمقيمين وغير المقيمين كما تتميز بأنها محدودة بالنسبة للسائح الوافدين إليها سواء سياح مقيمين أو سياح غير مقيمين وهذا راجع لانخفاض مستوى التدفقات البشرية نحو الجزائر والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(4-5): تطور الليالي السياحية للمقيمين خلال الفترة 2007-2018

السنوات	عدد الليالي السياحية للمقيمين
2007	4546085
2008	4750796
2009	4971372
2010	5185231
2011	5484105
2012	5703550
2013	5926968
2014	6215932
2015	6307411
2016	6283910
2017	6260409
2018	6010 676

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات متحصل عليها من:

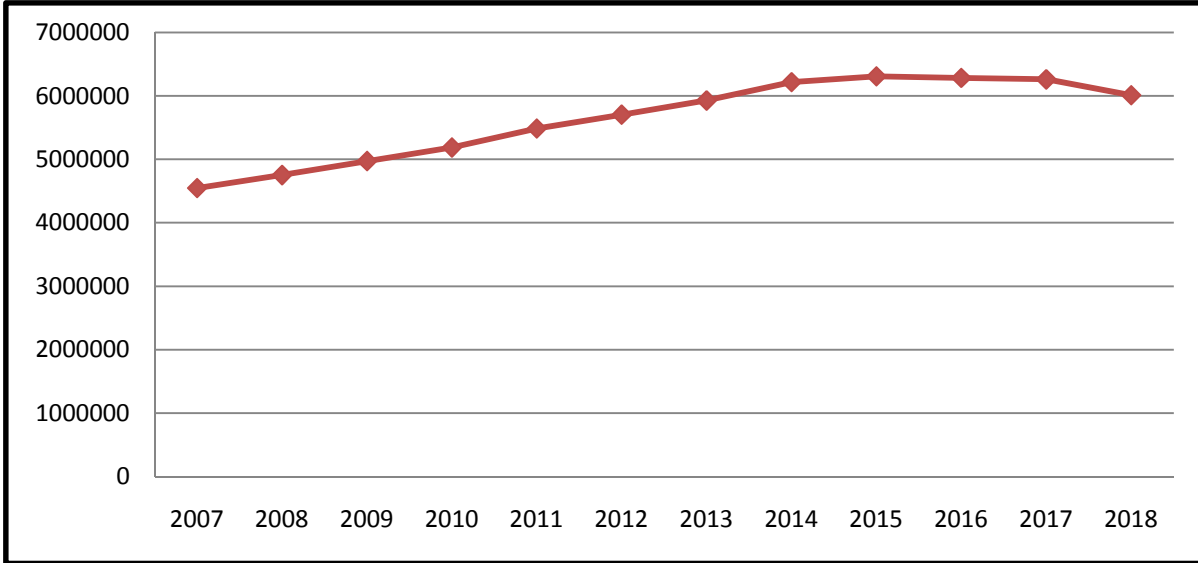
- الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية: <https://www.mta.gov.dz> تم الاطلاع يوم 2018/12/12.

- Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques, quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

ويمكن ترجمة معطيات الجدول أعلاه إلى الشكل التالي:

الشكل رقم(4-3): تطور الليالي السياحية للمقيمين خلال الفترة 2007-2018



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول أعلاه.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن الليالي السياحية للمقيمين بالجزائر في تزايد مستمر، حيث قدرت عدد الليالي السياحية للمقيمين حوالي 5185231 ليلة سياحية سنة 2010 لتصل إلى 6307411 ليلة سياحية في سنة 2015 وهذا يعود للاهتمام والترويج للسياحة الداخلية بعد حالة الاستقرار التي تعرفها البلاد وتحسن المستوى المعيشي للأفراد، ثم شهدت عدد الليالي السياحية انخفاضاً في الثلاث سنوات الأخيرة أي ابتداءً من سنة 2016 حيث وصلت عدد الليالي السياحية في سنة 2018 إلى 6010676 ليلة سياحية وهذا الانخفاض يعود أساساً إلى ضعف التدفقات السياحية للسياح المقيمين، أما بالنسبة لتطور الليالي السياحية لغير المقيمين فهي موضحة في الجدول التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الجدول رقم(4-6): تطور الليالي السياحية لغير المقيمين خلال الفترة 2007-2018

السنوات	عدد الليالي السياحية لغير المقيمين
2007	573855
2008	595747
2009	674456
2010	754103
2011	845367
2012	936631
2013	994266
2014	837812
2015	839161
2016	992611
2017	1146061
2018	1525358

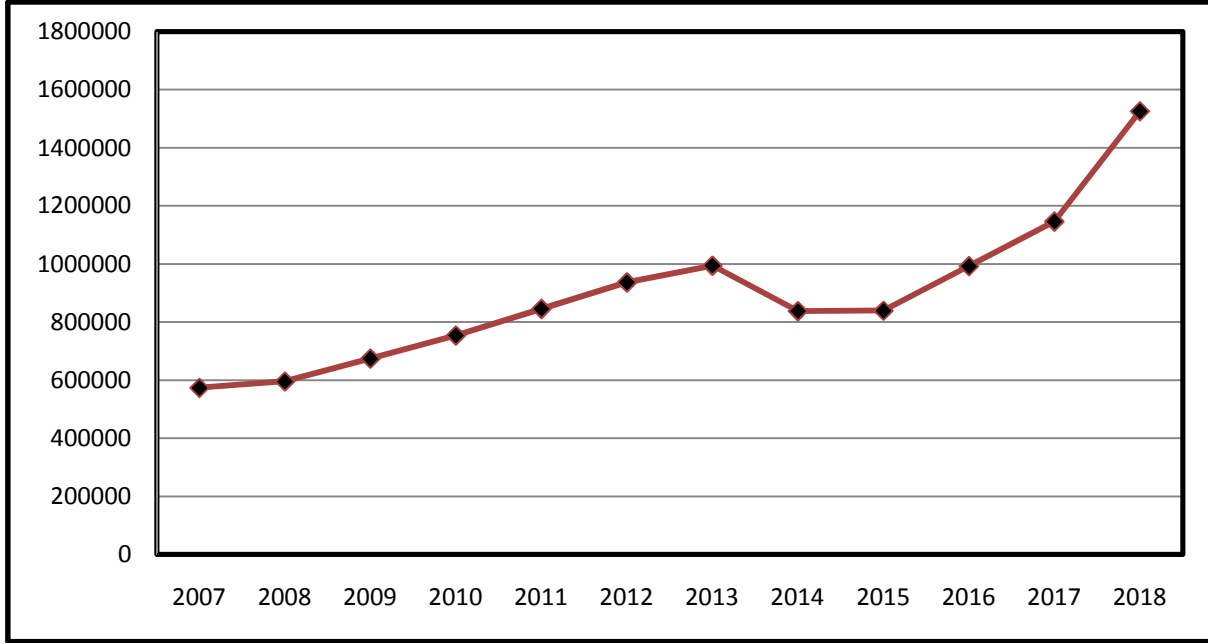
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات متحصل عليها من:

- الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية: <https://www.mta.gov.dz> تم الاطلاع يوم 2018/12/12.
Ministère du tourisme et de l'artisanat , Direction des systèmes d'information et des statistiques , quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

من خلال الجدول نلاحظ أن هناك تقلبات في عدد الليالي السياحية لغير المقيمين من سنة إلى أخرى خلال الفترة من 2007 إلى 2018، حيث بلغ عدد الليالي السياحية لغير المقيمين في سنة 2007 حوالي 573855 ليلة سياحية ليصل إلى 1525358 ليلة سياحية في سنة 2018 ، وهذا مؤشر جيد يعبر عن تحسن صورة الجزائر في الخارج والاهتمام مؤخرا بالترويج للسياحة والتعريف بمختلف المناطق والقدرات السياحية بالجزائر والتي تجعل من السياحة نشاطا متاحا خلال كل فصول السنة، والشكل التالي يترجم معطيات الجدول أعلاه:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم (4-4): تطور الليالي السياحية لغير المقيمين خلال الفترة 2007-2018



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول أعلاه.

المطلب الثاني: تطور التدفقات البشرية

تنقسم التدفقات البشرية إلى فئتين وهما السياح القادمين إلى الجزائر (السياحة الوافدة) والسياح المغادرين من الجزائر إلى بلدان أخرى (السياحة العكسية) وفيما يأتي سوف نتعرض إلى هاتين الفئتين.

1- دخول السياح إلى الجزائر (السياحة الوافدة)

إن مدى جاذبية أي إقليم سياحي يتوقف على مدى استقطابه للسياح وزيادة الطلب السياحي عليه، ولقد تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال السنوات الأخيرة وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الجدول رقم(4-7): توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2007-2018

السنوات	الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع	معدل التغير %
2007	/	/	1743084	/
2008	/	/	1771749	1.64
2009	655810	1255696	1911506	7.88
2010	654987	1415509	2070496	8.31
2011	901642	1493245	2394887	15.66
2012	981955	1652101	2634056	9.98
2013	964153	1768578	2732731	3.75
2014	940125	1361248	2301373	15.78-
2015	1083121	626873	1709994	25.70-
2016	1322712	716732	2039444	19.27
2017	1708375	742410	2450785	20.17
2018	2018753	638360	2657113	8.42

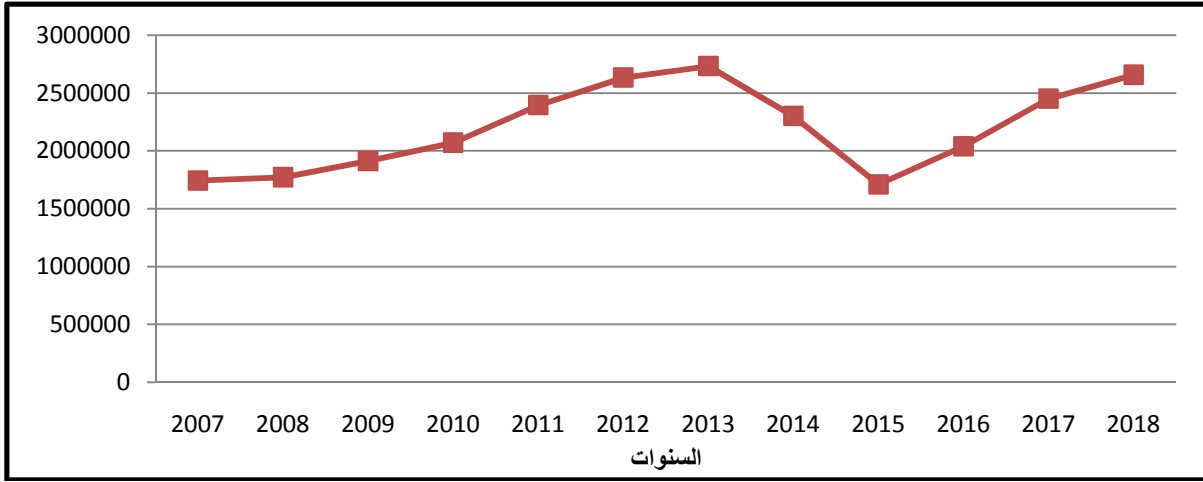
source: - <https://www.mta.gov.dz> (14/01/2019)

- Ministère du tourisme et de l'artisanat, Direction des systèmes d'information et des statistiques, quelques indicateurs du tourisme algérien , 2019.

نلاحظ من الجدول أعلاه بأن الحركة السياحية الوافدة إلى الجزائر عرفت تذبذبا خلال الفترة 2007/2018 بين صعود وهبوط من سنة إلى أخرى وهذا ما يترجمه الشكل التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم (4-5): توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2007-2018



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول أعلاه.

من خلال هذا الشكل نلاحظ بأن التدفقات البشرية خلال السنوات 2007-2013 شهدت زيادة معتبرة حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر في سنة 2007 حوالي 1743084 سائح ليصل إلى حوالي 2732731 سائح في سنة 2013 حيث شهدت هذه الفترة زيادة في عدد السياح الأجانب وكذا الجزائريين المقيمين بالخارج، وقد حققت الجزائر أحسن أداء في التدفقات البشرية الوافدة في سنة 2013 وحصلت على المرتبة الخامسة إفريقيا في استقطاب السياح الأجانب الذين زاروا هذه القارة وعددهم 55.7 مليون سائح دولي، حيث حلت المملكة المغربية في المركز الأول والتي استقبلت حوالي 10 مليون سائح تليها في المركز الثاني جنوب إفريقيا بعدد سياح قدر بـ 9.5 مليون سائح، ثم مصر بـ 9.1 مليون سائح وفي المركز الرابع جاءت تونس التي استضافت 6.2 مليون سائح.¹

وفي سنة 2014 انخفض عدد السياح إلى 2301373 سائح، ليتزايد العدد الإجمالي لعدد السياح في سنة 2018 ليصل إلى 2657113 سائح بزيادة تقدر بـ 8.42% مقارنة بسنة 2017 مع زيادة دخول الأجانب بمعدل 18.17% مقارنة بسنة 2017 وهذا راجع للجهود المبذولة خلال هذه الفترة من أجل تحسين صورة الجزائر والترويج لها في الخارج وكذا الاستقرار الأمني الذي يسود البلد، كما يعود الانخفاض في دخول الجزائريين المقيمين بالخارج ابتداء من سنة 2014 بسبب اختيار هذه الشريحة لوجهات سياحية منافسة وفي مقدمتها الوجهة التونسية نظرا لما تقدمه من عروض تنافسية بما في ذلك انخفاض في أسعار الفنادق.

¹ ساعد بوروي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2017/2016، ص ص 112-113.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

أما عن تركيبة التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر خلال سنة 2017 فنوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-8): تركيبة التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر خلال سنة 2017

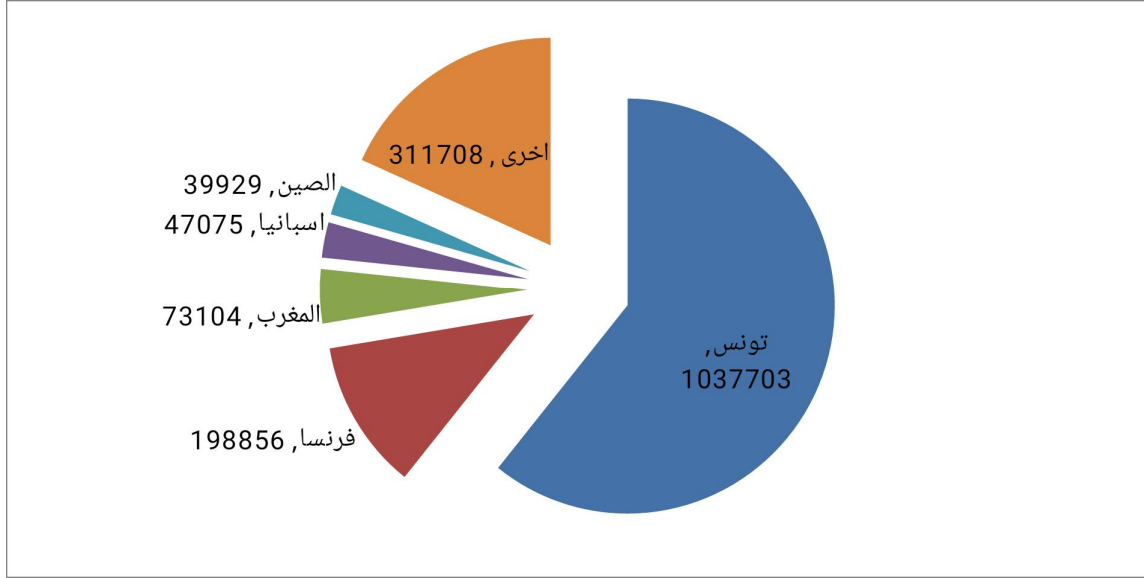
البلد الأصلي	السياح الأجانب	النسبة %	نسبة الزيادة مقارنة بسنة 2016
تونس	1037703	60.74	27.53
فرنسا	198856	11.64	17.64
المغرب	73104	4.28	31.94
اسبانيا	47075	2.76	26.45
الصين	39929	2.34	33.25
تركيا	36413	2.13	20.78
ايطاليا	28186	1.65	30.44
مصر	15646	0.92	19.87
ألمانيا	14369	0.84	51.25
موريتانيا	13305	0.78	51.19
بريطانيا	9556	0.56	35.43
المجموع	1514142	/	/
مجموع السياح الأجانب	1708375	69.71	29.16

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2017, 2018: <https://www.mta.gov.dz> (consulter le 13/01/2019).

من خلال التوزيع الجغرافي للتدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر نلاحظ بأن أغلب التدفقات وافدة من البلد المجاورة تونس حيث تم إحصاء 1037703 سائح خلال سنة 2017 بمعدل 60.74% من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر وبنسبة تقدر بـ 27.53% مقارنة بسنة 2016، أما البلدان الخمس الأولى المصدرة للسياح الأجانب، فقد جاءت حسب ترتيب الأهمية وفق الشكل التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم(4-6): البلدان الخمس الأولى المصدرة للسياح الأجانب إلى الجزائر خلال سنة 2017



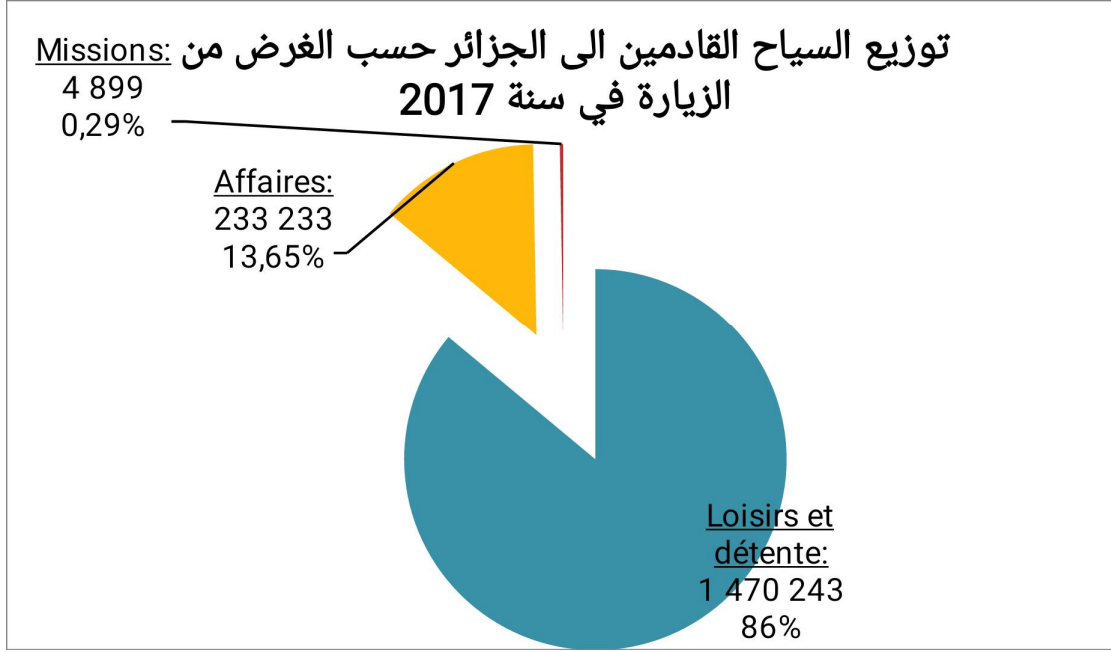
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

من خلال هذه المعطيات نلاحظ بأن نصيب تدفقات تونس وفرنسا إلى الجزائر في سنة 2017 مجتمعة تفوق نسبة 70% من مجموع حصة الجزائر من السياح الأجانب بحكم القرب الجغرافي للأولى والإرث التاريخي للثانية، في حين بلغت نسبة السياح المغاربة 4.28% أما نسبة السياح الأسبان فقد بلغت 2.76% في حين بلغت نسبة السياح الصينيين 2.34% من إجمالي السياح الأجانب، أما التدفقات المتبقية والتي تعتبر ضئيلة فتتوزع على تركيا بنسبة 2.13%، إيطاليا 1.65% ومصر 0.92%.

أما بالنسبة لتوزيع سائحي البلدان المذكورة سابقا حسب الهدف من الزيارة وبناء على النسب المقدمة من وزارة السياحة لسنة 2017 كان من منطلق ثلاثة دوافع رئيسية: إما للاستجمام والراحة وكان عددهم 1470243 سائح أي بنسبة 86% من إجمالي السياح الأجانب و233233 سائحا أي بنسبة 13.65% وإما بهدف القيام بالأعمال، أما الباقي 0.29% أي 4899 سائح فكان الهدف من زيارته إلى الجزائر هو زيارة للقيام بمهمة أو مهام معينة، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم(4-7): توزيع السياح القادمين إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة لسنة 2017



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2017.

فعلى العموم، تمثل تونس وفرنسا أهم مصدر للسياح للجزائر خلال سنة 2017، ولكن تمثل السياحة بغرض الراحة الأكثر طلبا في الجزائر، تتبعها بغرض القيام بالأعمال والتي لم تتجاوز نسبة 14% ليكون نصيب السياحة في إطار مهمة منخفض جدا، فبالرغم من أن سياحة الأعمال واحدة من أقوى أنواع السياحة في العالم، حيث تحقق سياحة المؤتمرات نموا سنويا بمعدل يتجاوز 5% ومساهمتها المرتفعة في الدخل الوطني نظرا لطبيعة سائح المؤتمرات والأعمال وقدرته المالية المرتفعة، كما وتجدر الإشارة إلى أن سياحة الأعمال والمؤتمرات تستقطب في الغالب ذوي الكفاءات العلمية والمهنية من خبراء ومستشارين والذي يمكن الاستفادة من خبراتهم في تقديم استشارات أو حل مشكلات يعاني منها البلد المضيف، ويمكن للجزائر الاستفادة من هذا النوع من السياحة بدلا من التركيز الشبه كلي على السياحة الترفيهية والشاطئية وذلك من خلال تشجيع الاستثمار في إقامة الفنادق الفاخرة والتي توفر خدمات ذات جودة عالية مع توفير قاعات للمؤتمرات وتشجيع المتخصصين في مختلف المجالات بتقديم المبادرات نحو إقامة مؤتمرات فعالة وتفعيل دور الوكالات السياحية وإنشاء مراكز فاخرة للتسوق وتسهيل الحصول على التأشيرات لضمان دخول السياح وتوفير مختلف متطلبات الراحة لهم .

ولذلك لا بد على السلطات وضع السياسات والإستراتيجيات الكفيلة بجذب وتنمية أنواع من الطلب السياحي الأكثر مردودية والذي يعود بالنفع على ميزانية الدولة والرفع من نسبة الإشغال الفندقية في المواسم

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الأخرى غير موسم الصيف مع محاولة تنمية بعض أنواع السياحة والتي لا تتميز بالموسمية أي أنها تتسم بالاستقرار مثل سياحة الأعمال والمؤتمرات، سياحة التعلم... الخ

2- خروج الجزائريين إلى الخارج (السياحة العكسية):

إن السائحون الدوليون المغادرون هم عدد الأشخاص المغادرين من البلد الذي به إقامتهم المعتادة إلى بلد آخر لأي غرض آخر غير اشتغالهم بنشاط يحصلون مقابله على دخل بالبلد الذي تمت زيارته، ويمكن أن نوضح عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (4-9): عدد المغادرين للجزائر بين الفترة 2010-2018

السنوات	عدد المغادرين	معدل التغير %
2010	1757471	/
2011	1714654	-2.43
2012	1910558	11.42
2013	2135523	11.77
2014	2839104	32.95
2015	3638140	28.14
2016	4529524	24.50
2017	5058404	11.67
2018	5609947	10.90

Source :

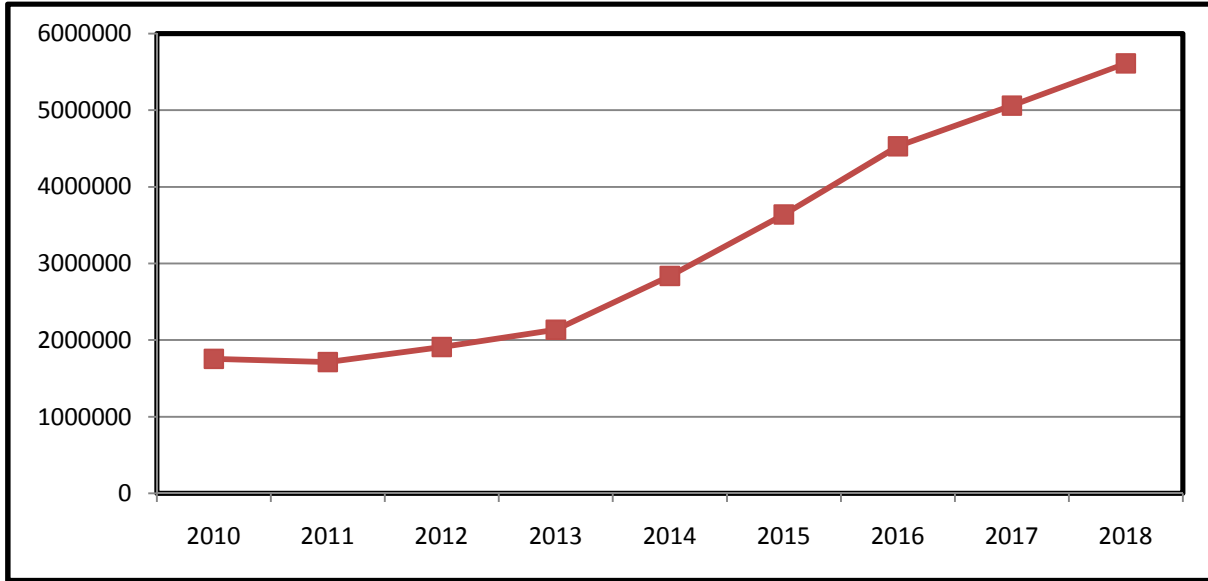
-Ministère du Tourisme et de l'Artisanat , Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2018/2017/2016/2015/2014,(<https://www.mta.gov.dz> consulter le 15/01/2019).

- بن مويبة مسعود، دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية بالإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الرافد، العدد 3، الأردن، 2018، ص 384.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج سنة 2010 قدر بـ 1757000 سائحا وإرتفع هذا العدد سنة 2014 إلى 2839104 سائحا بمعدل تغير قدره 32.95 % مقارنة بسنة 2013، أما عن عدد الجزائريين المغادرين في نهاية سنة 2018 فقد عرف معدل نمو قدر بـ 10.90 % مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2017، حيث قدر عددهم بـ 5609947 سائحا، ويمكن تمثيل الجدول أعلاه في الرسم البياني التالي:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

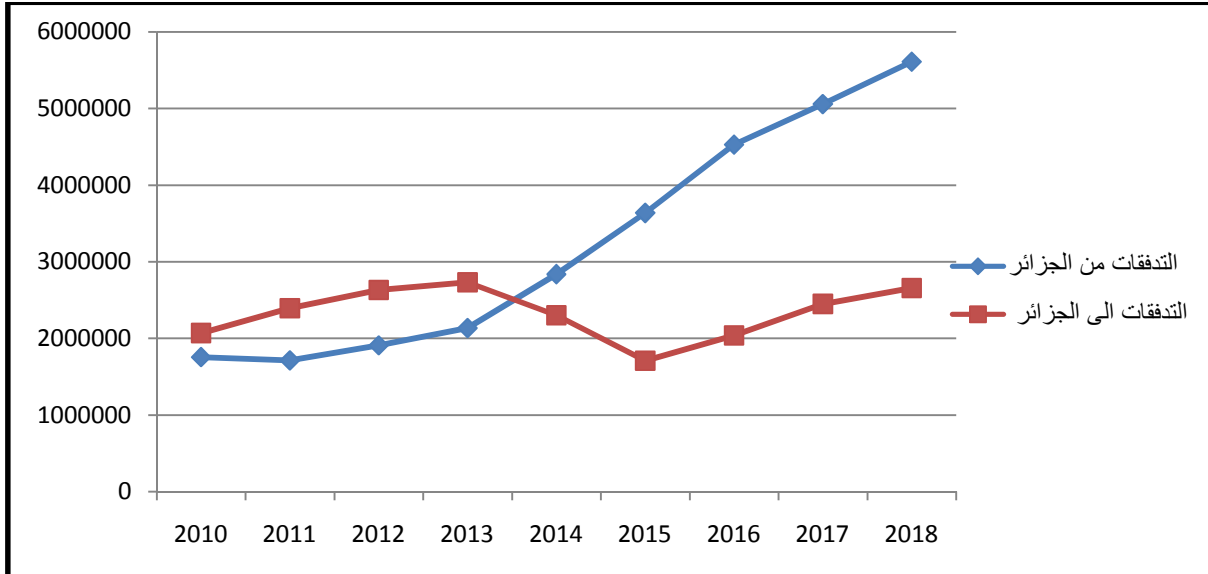
الشكل رقم (4-8): عدد المغادرين للجزائر بين الفترة 2010-2018



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات الجدول أعلاه.

ومن خلال ما تم التطرق إليه في هذا المطلب يمكن مقارنة الحركة السياحية بين التدفقات البشرية الوافدة والخارجة للسياح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (4-9): التدفقات السياحية البشرية من وإلى الجزائر خلال الفترة 2010-2018



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على بيانات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

من خلال هذا الشكل نلاحظ أنه خلال الفترة 2010-2013 كانت السياحة الوافدة أكبر من السياحة العكسية، إلا أنه وخلال السنوات الأخيرة ابتداء من سنة 2014 إلى غاية سنة 2018 يلاحظ تدفق خروج المقيمين من الجزائر أكبر من دخول السياح إلى الجزائر لذا يمكن القول بأن الجزائر أصبحت مؤخرا تمثل بلدا

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

مصدرا للسياح أكثر من كونها بلدا مستقطبا للسياح وهذا له تأثير بالغ الأهمية على حصيلة الإيرادات السياحية، فكون الجزائريين يفضلون وجهات سياحية أخرى غير السياحة الداخلية فإن هذا يؤدي إلى عدم استفادة الجزائر من إنفاقهم السياحي، وعن الوجهات المفضلة للجزائريين في الخارج فهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-10): أهم الوجهات السياحية المفضلة لدى الجزائريين خلال سنة 2017

الوجهة السياحية	عدد الجزائريين المغادرين	النسبة %	معدل التغير بالنسبة لسنة 2016 %
تونس	2517503	49.77	36.23
فرنسا	1279914	25.30	10.38-
المملكة العربية السعودية	288110	5.70	23.04
اسبانيا	274988	5.44	0.61-
تركيا	256353	5.07	21.32
المغرب	72014	1.42	5.59-
الإمارات العربية المتحدة	67849	1.34	11.88
قطر	51746	1.02	28.07-

Source, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2017, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, 2018, <https://www.mta.gov.dz> (consulter le 13/01/2019).

من خلال المعطيات نلاحظ بأن البلدان أو الوجهات المفضلة للجزائريين خلال سنة 2017 هي على النحو التالي:

- تونس 2517503 سائح بنسبة 49.77% من إجمالي عدد السياح المغادرين ويعود اختيار هذه الوجهة لتوفرها على مزايا أهمها القرب الجغرافي، انخفاض أسعار الإقامة والخدمات وكذلك غياب التأشيرة بالإضافة إلى اعتبارات أخرى؛
- فرنسا 1279914 سائح بنسبة 25.30% من إجمالي المتجهين إلى الخارج؛
- المملكة العربية السعودية 288110 سائح بنسبة 5.70% وتتمثل أساسا في السياحة الدينية (العمرة والحج)،
- إسبانيا 274988 سائح وهي في المرتبة الرابعة أي ما يعادل نسبة 5.44%؛

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- وفي المرتبة الخامسة تأتي تركيا ب 256353 سائح أي بنسبة 5.07% وهي سياحة متنوع بين الأعمال والتسوق والراحة والاستجمام والتي انتشرت مؤخرا بكثرة عند الجزائريين، ثم تأتي كل من المغرب، الإمارات العربية المتحدة وقطرا بالإضافة إلى وجهات أخرى ولكن بنسب ضعيفة.

المطلب الثالث: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر

بما أن حجم تدفقات الوافدين من السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2010-2017 لم تعرف تطورا كبيرا، هذا الأمر انعكس سلبا على حجم الإيرادات السياحية، والجدول التالي يوضح تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال هذه الفترة.

الجدول رقم(4-11): التدفقات النقدية والميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة 2010/2017

الوحدة: مليون دولار

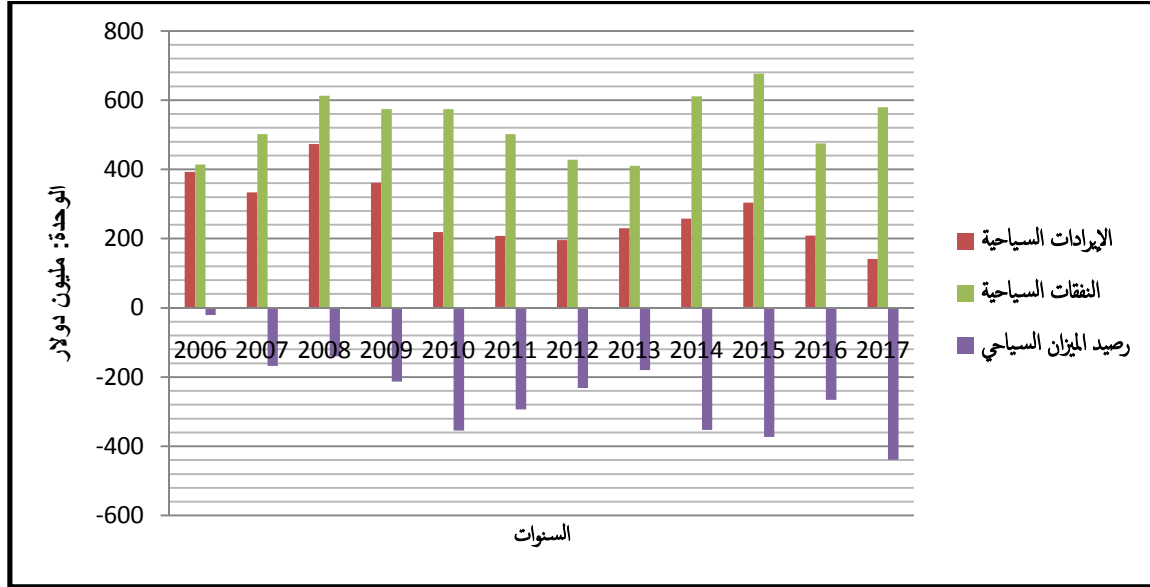
السنوات	الإيرادات السياحية	النفقات السياحية	رصيد الميزان السياحي
2006	393	414	21-
2007	334	502	168-
2008	473	613	140-
2009	361	574	213-
2010	219	574	355-
2011	208	502	294-
2012	196	428	232-
2013	230	410	180-
2014	258	611	353-
2015	304	677	373-
2016	209	475	266-
2017	141	580	439-

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

ويمكن ترجمة هذا الجدول إلى الشكل الآتي:

الشكل رقم (4-10): التدفقات النقدية والميزان السياحي في الجزائر خلال الفترة 2010/2017



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على بيانات الجدول أعلاه.

من خلال الشكل يتبين أن الإيرادات السياحية تتميز بقيمتها الضئيلة كما أنها عرفت تذبذبا خلال هذه الفترة، حيث بلغت قيمتها في سنة 2006 ما قيمته 393 مليون دولار وعرفت انخفاضا ملحوظا من سنة 2010 إلى سنة 2012 حين بلغت 196 مليون دولار وذلك راجع للأزمة المالية العالمية والتي أثرت على أغلب اقتصاديات العالم والتي كان لها تأثير واضح على السوق السياحي في العالم، أما في سنة 2013 نلاحظ تحسن ملحوظ في قيمة الإيرادات السياحية في الجزائر لتبلغ قيمتها 230 مليون دولار وترتفع تدريجيا حتى تصل إلى 304 مليون دولار في سنة 2015، لتتخفف مرة أخرى خلال سنتي 2016 و2017 لتصل إلى 209 مليون دولار و141 مليون دولار على التوالي وبالتالي فإن ارتفاع عدد السياح القادمين إلى الجزائر خلال هاتين السنتين لم يصاحبه أي ارتفاع في الإيرادات ويبقى هذا التدفق إلى الداخل دون تأثير موجب، كما تجدر الإشارة إلى أن عائدات السياحة من خلال بند السفر لا تشمل جميع الإيرادات السياحية حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج كما يلجأ هؤلاء إلى الإقامة لدى الأهل والأقارب الأمر الذي يخفف من إنفاقهم السياحي، وفي المقابل نلاحظ أن حجم النفقات السياحية شهد نموا فاق حجم الإيرادات وهذا يرجع إلى أن حجم التدفقات البشرية من السياحة الوافدة أقل من حجم التدفقات البشرية من السياحة العكسية.

وكتنتيجة لما سبق فيمكن القول بأن الميزان السياحي الجزائري يعاني عجزا هيكليا مستمرا من خلال رصيده السالب خلال الفترة المدروسة ولم يحقق أية نتيجة إيجابية، حيث أن المبالغ المنفقة في الخارج أكثر من المبالغ

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

المتحصل عليها من السياح القادمين إلى الجزائر، وعلى العموم فإن ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات المحصلة مرده إلى عدة أسباب أهمها:¹

- ضعف نوعية المنتجات وخدمات السياحة الجزائرية؛
- إيواء وفندقة ذات طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة؛
- عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر (داخل وخارج البلاد)؛
- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار كتونس؛
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات السياحية؛
- غياب الأمن دفع بالمواطن الجزائري إلى السفر إلى بلدان أخرى.

كل هذه العوامل ساهمت في تحقيق ميزان تجاري سيحي برصيد سالب مما يؤثر على ميزان المدفوعات للدولة سواء بتعميق العجز أو التقليل من فائض ميزان المدفوعات.

المبحث الثاني: معوقات وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر.

إن الدراسة التحليلية التي قمنا بها فيما يتعلق بمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر، والتي أثبتت فعلا مجهودات الدولة الجزائرية في دعم وتطوير هذا النوع من الاستثمارات وتعزيز تنافسيته على مختلف المستويات هذا من جهة، ومن جهة أخرى لاحظنا تدني حصيلة الاستثمارات السياحية كما ونوعا وضعف مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية وفي تحسين مؤشرات السياحة الوطنية، هذا ما يدفعنا إلى تحديد العوامل والأسباب التي حالت دون تحقيق الأهداف المنشودة وكذا التطرق إلى الخطط والمجهودات التي بذلتها الحكومة الجزائرية في سبيل تعزيز الاستثمار السياحي ودعم القطاع السياحي مستقبلا.

المطلب الأول: معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر

يعد تحديد وتصنيف العراقيل التي تعيق نمو المشروعات الاستثمارية في القطاع السياحي من الأمور المهمة واللازمة للتمكن من تحليل الوضع الراهن لنشاطات الاستثمار السياحي، حيث يعتبر هذا العنصر من العناصر الهامة التي تدخل ضمن عملية تهيئة مناخ الاستثمار السياحي، والاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر يعاني من عدة معوقات ومشاكل حالت دون تحقيق اقتصاد سياحي ويمكن أن نصنف معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر إلى ما يلي:

1- المعوقات السياسية: وتتمثل أهم هذه المعوقات في:

- تعتبر الجزائر من بين البلدان التي تتميز بدرجة خطر سياسي مرتفعة وهذا راجع للأزمة الأمنية التي عاشتها في فترة التسعينات وتبعاتها، هذا بالإضافة إلى حالة عدم الاستقرار الحكومي الذي تميز بتعاقب الحكومات

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2010/2009، ص 107.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

والتعديلات الوزارية المتعددة في نفس الحكومة، ولكل وزير أسلوبه الخاص في رسم السياسات وتحديد الأولويات، فكم من ملف أو دراسة أوقفت وألغيت لأن وزيرا تم تعيينه حديثا وهذا ما يبعث الشك في نفوس المستثمرين فهذه العوامل تعكس للمستثمرين المحليين وحتى الأجانب منهم صورة منظومة سياسية غير مستقرة.¹

- عدم الاستقرار الأمني الناتج عن الاضطرابات الاجتماعية (غليان الجبهة الاجتماعية) والتي مست الكثير من القطاعات مثل قطاع الصحة و قطاع التربية والتعليم خلال السنوات الأخيرة، هذا ما يؤدي إلى غياب الثقة السياسية بين المستثمر والدولة وخاصة المستثمر الأجنبي، مما يؤدي إلى هجرة المزيد من الاستثمارات السياحية إلى دول أخرى والتي توفر ظروفًا أحسن.

- حالة عدم الاستقرار حيث لا يأمن أي شخص على ممتلكاته الشخصية أو حتى على حياته و حياة أفراد عائلته وخاصة عند تنقله للمناطق الساحلية أو الجبلية أو الصحراوية، فإنعدام الأمن والأمان وتعرض بعض السياح الأجانب للسرقة والقتل أدى إلى عزوف السياح الأجانب عن المجيء إلى الجزائر، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد فقط وإنما أدى إلى لجوء معظم الجزائريين إلى قضاء عطلهم في الدول المجاورة كتونس والمغرب.

2- المعوقات الاقتصادية: وتتمثل أساسا في:

- عدم الاستقرار الاقتصادي والذي يظهر من خلال ارتفاع معدلات التضخم وتدني قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية، فهذا التدهور يؤدي إلى تآكل الأرباح عند تحويلها إلى الخارج كما أن ارتفاع معدل التضخم يؤثر سلبا على نشاط المؤسسات نتيجة التغير في أسعار وتكاليف الاستثمار نتيجة الارتفاع في تكاليف المواد الأولية، مما ينتج عنه قيام المؤسسات السياحية برفع أسعار خدماتها وهذا ما يؤدي إلى نفور الزبائن وبالتالي التأثير على إيرادات تلك المؤسسات مما قد يؤدي إلى خروجها من المنافسة.

- عدم وجود إستراتيجية اقتصادية واضحة متعلقة بالاستثمارات السياحية، ومحدودية توفير التمويل المحلي لهذا النوع من الاستثمارات وهذا راجع أساسا إلى غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار السياحي، إضافة إلى ذلك فالنظام البنكي الجزائري غير فعال حيث أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء محليين أو أجانب إذ أن هذه البنوك غير قادرة على تمويل الاستثمارات السياحية لأن هذه الأخيرة تتطلب تمويل كبير نظرا لما ستوفره هذه الاستثمارات من مرافق متعددة بحيث تتلاءم مع رغبات السياح.²

¹ موسى كاسحي، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الوطن العربي حالة الجزائر مصر ومنطقة الخليج العربي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية بجامعة قسنطينة، الجزائر، 2015، ص 209-210.

² بن سهلة ثاني توفيق، اثر المنظومة البنكية في الجزائر على ترقية الاستثمار في القطاع السياحي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية بجامعة تلمسان، الجزائر، 2015، ص 171.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- محدودية السوق المحلي الذي ينتج أساسا عن انخفاض مستوى الدخل الفردي وتدني المستوى المعيشي للأفراد وارتفاع نسبة الفقر، حيث يتميز الفرد الجزائري بمحدودية دخله وهذا ما يؤثر سلبا على إمكانية تسويق المؤسسات السياحية لمنتجاتها وخدماتها وأسعار ملائمة بحيث تصطدم بعدم قدرة الأفراد على اقتناء منتجاتها والإقبال على خدماتها وهذا ما يحد من رغبة المستثمر في توسيع مشروعه أو حتى القيام بمشاريع جديدة وارتفاع تكاليف الإنتاج، الأمر الذي يفرض على هذه المؤسسات بذل مجهود أكبر لجذب سياح أجنبى حتى تستطيع تسويق خدماتها وضمان إستمراريتها في النشاط، بالإضافة إلى وجود سوق عمالة غير مؤهلة، كلها عوامل مثلت أهم المعوقات التي تعترض استقطاب الاستثمار السياحي.¹

- إن الاقتصاد الجزائري يتميز باختلالات في التوازنات الاقتصادية والمالية والنقدية وارتفاع معدلات البطالة، كما يتميز بأنه اقتصاد ريعي، فقطاع المحروقات أثر كثيرا على كل القطاعات الأخرى ومنها القطاع السياحي، فمع تزايد أهمية الأنشطة الاقتصادية الاستخراجية للثروات البترولية والغازية وامتلاك الجزائر لاحتياطي معتبر من العملة الصعبة جعل الحكومة الجزائرية تنتهج نهجا تجاريا بحث، ولم تعط أهمية كبيرة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

- غياب السوق المالية في الجزائر، فالمنظومة المالية الجزائرية تعاني من تأخر كبير إذا ما قارناها بالدول السياحية المجاورة، حيث لا يوجد وكالات لتحويل الأموال وصرف العملات الأجنبية لتسهيل التعاملات المالية من طرف السياح والأجانب وهذا يمثل عقبة كبيرة أمام حركة السياح والمستثمرين في الجزائر.

- عائق القطاع الموازي، فالحسائر التي يسببها هذا القطاع كبيرة جدا حيث يعاني المنتجين الذين يعملون في إطار القانون وضعا مزرريا غير مشجع على الإطلاق، ويسيطر القطاع الموازي في الجزائر لوحده على 40% من الكتلة النقدية المتداولة في السوق الوطنية وهي نسبة مرتفعة جدا تؤكد عدم تحكم السلطات في هذه الظاهرة.²

3- المعوقات الاجتماعية والثقافية: والتي يمكن إجمالها في:

- ضعف إشراك المجتمعات المحلية خاصة النائية منها في عمليات الاستثمار السياحي التي تتم في المباني والمواقع التراثية والتاريخية الموجودة في هذه المجتمعات، وعدم وجود وعي سياحي بأهمية الموروثات الثقافية

¹ قرساس حياة، مرجع سابق، الجزائر، 2015، ص 140-141 (بتصرف).

² دكاني عبد الكريم، معوقات الاستثمار السياحي الأجنبي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتنمراست، العدد 05، 2018، ص 196.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

والاجتماعية مما يؤدي إلى تخريبها ونهبها وسرقتها، بالإضافة إلى الافتقار إلى مشاركة القطاع الخاص في صنع القرار الاستثماري،¹

- نقص الوعي السياحي أدى إلى تدهور البيئة الطبيعية وتعرضها لمختلف أنواع التلوث، فالازدحام الكبير الذي تعرفه الشواطئ الجزائرية بسبب قلة المرافق السياحية على مستوى البلاد وانعدام سياسة للتنمية السياحية ترمي إلى ترقية السياحة في المناطق الداخلية أدى إلى تدهور الشريط الساحلي وتشويه مناظره، بالإضافة إلى ظاهرة الاستغلال الفوضوي لرمال الشواطئ هذا ما جعل السياح الأجانب يمتنعون عن التردد على الشواطئ الجزائرية وبالتالي يصبح الاستثمار فيها غير فعال.²

- نقص الاستثمار في رأس المال البشري وغياب الاستثمار الثقافي، فرغم جهود الحكومة في سبيل القضاء على الأمية، إلا أنها تجد نفسها ملزمة باستيراد أموال ثقافية في شكل خدمات أو معلومات يقدمها أجنب في قطاعات عجزت الدولة على تسييرها بالاعتماد على أبنائها فقط، وحتى على مستوى الفرد أي المستثمر الجزائري بشكل عام فهناك فرق شاسع بينه وبين المستثمر الأجنبي، بحيث أن هذا الأخير يعطي للاستثمار كل أبعاده العلمية، أي أن دراساته تتم وفق أسلوب علمي محض، بينما المستثمر العربي فغالبا ما يستعمل الارتجالية والتسرع في دراساته الاستثمارية التي لا تتم وفق معايير علمية دقيقة.³

4- المعوقات الإجرائية والتنظيمية: وتتمثل أهمها في عدد من الصعوبات التي تؤثر سلبا في التوجه الاستثماري للمشروعات السياحية وتؤدي إلى صعوبة ترخيص المشروعات الاستثمارية ومنها المعوقات التالية:

- عدم وضوح بعض النصوص القانونية الأمر الذي سمح للمعنيين بتطبيقها بطريقة انتقائية ومتباينة من منطقة إلى أخرى مع تعدد الجهات المسؤولة عن الاستثمار وعدم القدرة على تحديد المسؤوليات بدقة، وما ترتب عنه من تعقد وبطئ الإجراءات الإدارية، حيث أن عملية تسجيل مؤسسة تتطلب 18 إجراء و93 يوما (في المتوسط) و130 يوما للحصول على رخصة بناء، و35 يوما لرخص أخرى، هذا بالإضافة إلى تعقد وطول الإجراءات الجمركية، حيث أن عملية جمركة آلات ومعدات مستوردة تتطلب في المتوسط 12 يوما، ويرجع ذلك بالأساس إلى أن أغلب الواردات تصل إلى ميناء الجزائر العاصمة، الذي يتوقف عن العمل بعد الرابعة مساء، بالإضافة إلى ضعف التنسيق بين الجهات المعنية (إدارة

¹ مصطفى أحمد السيد مكاي، مرجع سابق، ص 31. (بتصرف)

² سامية فقير وآخرون، آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بريك، يومي 06-07 ديسمبر 2017، ص 395.

³ دحماني سامية، مرجع سابق، ص 309 (بتصرف)

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الجمارك، إدارة الميناء، المكاتب الخاصة المكلفة بتسوية إجراءات العبور... إلخ؛¹ وتجدر الإشارة إلى أن كثرة العراقيل وتعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية تؤدي حتما إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسهيل الإجراءات وبداية تنفيذ مشروعه الاستثماري، إضافة إلى تعدد الرسوم وثقلها وعدم قدرة مصالح الضرائب على التكيف مع المستجدات، وتشير بيانات بيئة أداء الأعمال التي يعدها البنك الدولي لبيان مدى سهولة أو تعقيد الإجراءات الإدارية والمؤسسية لمختلف الدول المتعلقة ببيئة الأعمال إلى أن الجزائر ملزمة ببذل المزيد من الجهود قصد تسهيل الإجراءات والتقليل من التكاليف والأعباء لأداء الأعمال وذلك لتحسين بيئة الاستثمار بما لأن كل البيانات المتعلقة ببيئة الاستثمار في الجزائر تشير إلى بعدها عن المعدلات العالمية والإقليمية.²

- تجدر الإشارة إلى أن قطاع السياحة قد تم إلحاقه خلال العشرينية الأخيرة ثماني مرات بوزارات أخرى (الثقافة، الوزارة الأولى، الداخلية، النقل، الصناعات التقليدية، تهيئة الإقليم والبيئة، الصناعات الخفيفة والمتوسطة، السياحة والصناعات التقليدية مرة أخرى)، كما وتعاقب على الوزارة المكلفة بالسياحة خلال عشرية واحدة (2004-2014) ثمانية وزراء أي بمعدل وزير كل سنة تقريبا، الشيء الذي جعل الإدارة المركزية عرضة لتنظيمات وتغييرات هيكلية عديدة وغير مكتملة وأحيانا متناقضة وهذا يترتب عنه تضييع للوقت وعدم استقرار الموظفين وضياح للملفات وتأخير في المشاريع وفقدان للحركية في تأطير الأنشطة والحرف المهنية.

- صعوبة الحصول على التأشيرة الجزائرية، حيث أن رجل العمال ينتظر أزيد من أسبوعين للحصول على التأشيرة.

5- المعوقات المتعلقة بالبنية التحتية: تعد عناصر البنية التحتية والمرافق الأساسية عسبا رئيسيا لعملية الاستثمار السياحي، وإن أهم ما يميز الدول السياحية المتقدمة التي تجذب الاستثمارات السياحية هو توافر جميع عناصر البنية الأساسية من طرق وجسور، وصرف صحي وخدمات المياه والطاقة، والمطارات والاتصالات، وغيرها والتي تعتبر النواة الأولى لبدء الاستثمارات السياحية واستمرارها، كما أن عدم توافر

¹ وصاف سعدي/قويدري محمد، واقع مناخ الاستثمار في الجزائر بين الحوافر والمعوقات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 08، 2008، ص 47.

² القنعي عز الدين، أثر السياسة الاستثمارية على التشغيل في الجزائر في آفاق 2017، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف، الجزائر، 2012، ص 75.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

البنية التحتية بشكل جيد لإقامة الاستثمارات السياحية يرفع من تكاليف الإنشاء والتشغيل لهذه الاستثمارات.¹ وتمثل أهم هذه المعوقات في:

- لا تزال البنية التحتية المادية والاجتماعية من طرق، موانئ، اتصالات، مرافق التعليم والصحة والتكوين وغيرها تعاني من نقص هياكلها ومستوى خدماتها، وبالتالي لم تساهم في تحسين معيشة الفقراء، ولا في تمكين نمو المؤسسات السياحية من الاستثمار والتوسع في الجزائر ولا حتى في جذب واستقطاب السائح المحلي والأجنبي، حيث أن ضعف البنية التحتية في الجزائر يظهر جليا من حيث النوعية والكمية وكذلك من حيث جودة الخدمات المقدمة وخاصة في المناطق الريفية والمناطق المعزولة، هذه الأخيرة عادة ما تكون أرضية ملائمة لإقامة الاستثمارات السياحية لجذب شرائح معينة من السياح وكذا لإعادة التوازن لهذه المناطق.²

- أما إذا تكلمنا عن تكاليف النقل فإن هذه الأخيرة تعتبر من أهم محددات السفر لذا تتسارع مؤسسات النقل عبر العالم ووكالات السفر في تخصيص العروض حتى تستطيع تقليص هذه التكلفة وجعلها هي المحفز الأول وراء برمجة رحلة السفر، ولكن للأسف الشديد ليس هو حال سعر تذكرة السفر لدى الخطوط الجوية الجزائرية، إذ ما أخذنا النقل الجوي الذي يعتبر أول وسيلة للسفر خارج حدود الدولة فأسعارها ملتزمة، عروضها الخاصة قليلة ومحدودة ونوعية خدماتها رديئة، كما أن عدد الرحلات نحو مناطق البلاد قليلة خاصة بين المطارات الدولية والجنوبية، المنطقة الأولى التي يقصدها السياح الأجانب، أما فيما يخص النقل البحري الذي أصبح اليوم وسيلة النقل الأولى لتحفيز الوفود السياحية المنظمة الذي تستخدمه الوكالات السياحية لتنشيط الطلب السياحي في بعض المناطق لأنه منخفض التكلفة، غير أن الجزائر تفتقر إلى مقومات النقل البحري فهي لا تمتلك إلا عدد قليل من السفن خطوطها محدودة وأسعارها مرتفعة وخدماتها سيئة.³

- يشهد قطاع السياحة تغلغل ضعيف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أصبحت السياحة الالكترونية من أهم متطلبات التسيير العصري للسياحة وأصبح التسويق الالكتروني للسياحة يطغى على أساليب التسويق الكلاسيكية، والمواقع الالكترونية القليلة الموجودة مثل موقع وزارة السياحة ومواقع المؤسسات الأخرى لا تروج للسياحة الجزائرية بما تستحقه، فلا يمكن أن تنجح في تسويق الوجهة

¹ مصطفى أحمد السيد مكاي، مرجع سابق، ص 33.

² صليحة عشي، وردة شيبان، توفير مناخ الاستثمار السياحي من متطلبات النهوض بالسياحة في الجزائر، الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بريك، يومي 06-07 ديسمبر 2017، ص 395. (بتصرف)

³ شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014/2015، ص 180.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

السياحية الجزائرية دون استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فعلى كل الفاعلين في قطاع السياحة من مؤسسات مسيرة وعلى رأسها وزارة السياحة ومؤسسات القطاع الخاص من فنادق ومتاحف ووكالات سياحية ومطاعم أن تدرج التسويق الإلكتروني في برامجها، لأننا أمام جيل الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، كما أن المواقع الإلكترونية لا تكفي وحدها إن لم تدعم بوسائل الدفع الإلكترونية الآمنة التي تمكن السائح من الحجز دون عناء التنقل.¹

6- المعوقات المتعلقة بالعقار السياحي: إن إشكالية العقار السياحي تعتبر من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين في الجزائر، وذلك بسبب ندرته وتعدد إجراءات الحصول عليه من جهة وارتفاع أسعاره من جهة أخرى، حيث يعتبر توفير العقار محددًا أساسيًا لإنجاح وإنعاش الاقتصاد الوطني وعاملاً مساعداً على جلب المستثمرين، كما يتطلب النشاط في العقار السياحي موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية من فنادق ومرافق سياحية، وقد كانت هناك عدة تلاعبات وعمليات مضاربة استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال، ومن بين العراقيل التي حالت دون ترميم مناطق التوسع هي:²

- سوء التسيير، فرغم وجود الإطار التشريعي إلا أن السلطات لم تستطع مراقبة هذا المورد لأنه يسير من طرف عدة متدخلين (الوكالات العقارية، الجماعات المحلية، الإدارة السياحية...)، مما أدى إلى تسيير فوضوي لا يسمح للإدارة بالتصرف في أخذ قرار منح الأراضي وإقرار سياسة مناسبة للتنمية السياحية؛
- عدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى والمتعلقة بتحديد الموارد السياحية بسبب نقص الاعتماد المالي الممنوح لهذا الغرض، مما أدى إلى وضعية صعبة وغير ثابتة للحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي مما ساهم في الإقامات الفوضوية والبناءات غير الشرعية والأضرار بالطبيعة والمواقع السياحية؛
- تأخر في تحضير مناطق التوسع وتهيئتها بسبب نقص إمكانيات الدراسات نتيجة لقوة وحجم إنجاز منشآت الاستقبال إضافة إلى ظهور النشاطات غير المتوافقة مع الطابع الأيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها؛
- المضايقات التي يواجهها المستثمرون للحصول على قطع أراضي والانتفاع بها، فأمام صعوبة الحصول عليها ظهر تأخر كبير في وتيرة إنجاز المشاريع الاستثمارية، لعمليات المضاربة المتعلقة بقطع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وذلك خرقاً للتشريع المتعلق بالبيئة والتعمير والعقار السياحي مما

¹ نفس المرجع السابق، ص 180-181. (بتصرف)

² شرفاوي عائشة، مرجع سابق، ص 178.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

أدى إلى ارتفاع أسعار العقار السياحي وعزوف القطاع الخاص عن الاستثمار فيه سواء كان أجنبيا أو محليا؛

- عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي فسن القوانين وحده لا يكفي فأهمية القانون تأتي عند تطبيقه على أرض الواقع واتخاذ إجراءات ردعية ضد المضاربين ومدمري البيئة.

المطلب الثاني: آفاق الاستثمار السياحي في الجزائر استنادا إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT (2030)

بالنظر إلى إمكانيات الجزائر السياحية والمساهمة المحدودة للقطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، وفي إطار التخطيط على المدى البعيد، قامت الدولة الجزائرية بإجراء دراسات معمقة لتطوير هذا القطاع مستقبلا وإعطائه المكانة المستحقة والتي تمكنها من أن تحتل موقعا هاما ضمن الاقتصاديات السياحية العالمية، وتجسدت سياسة الدولة الجديدة واهتمامها بالسياحة بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يعكس الآفاق المستقبلية لهذا القطاع عام 2030.

أولا- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030

(Schéma directeur d'aménagement touristique): يعد المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT)، وهو الإطار المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر والذي تم وضعه سنة 2008 وحتى سنة 2030، وقد تم تقسيم هذا المخطط على مرحلتين وهما:

- المرحلة 2015/2008 وهي تتمحور حول تحديد معالم السياسة السياحية الجديدة في الجزائر وخاصة فيما يتعلق بتحديد الأراضيات والاستثمار والترويج للوجهة الجزائرية؛

- المرحلة 2030/2015 وتعلق بضمان توحيد عمل الشركات لبناء الجزائر كمقصد سياحي.

ولا يقتصر هذا المخطط كونه إطارا مرجعيا للسياسة السياحية فحسب وإنما يرسم خطة طويلة المدى من أجل دعم مكانة الجزائر لتصبح وجهة سياحية عالمية وهذا من خلال دعم الاستثمار وتحسين جودة العرض السياحي، وتم وضع هذا المخطط بهدف الحفاظ على التوازن بين ثلاث أبعاد للتنمية المستدامة، بدءا بالعدالة الاجتماعية مرورا بالفعالية الاقتصادية والمحافظة على البيئة على مستوى الوطن لمدة عشرين عام تقريبا.

ثانيا- أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: تتمثل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في:

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

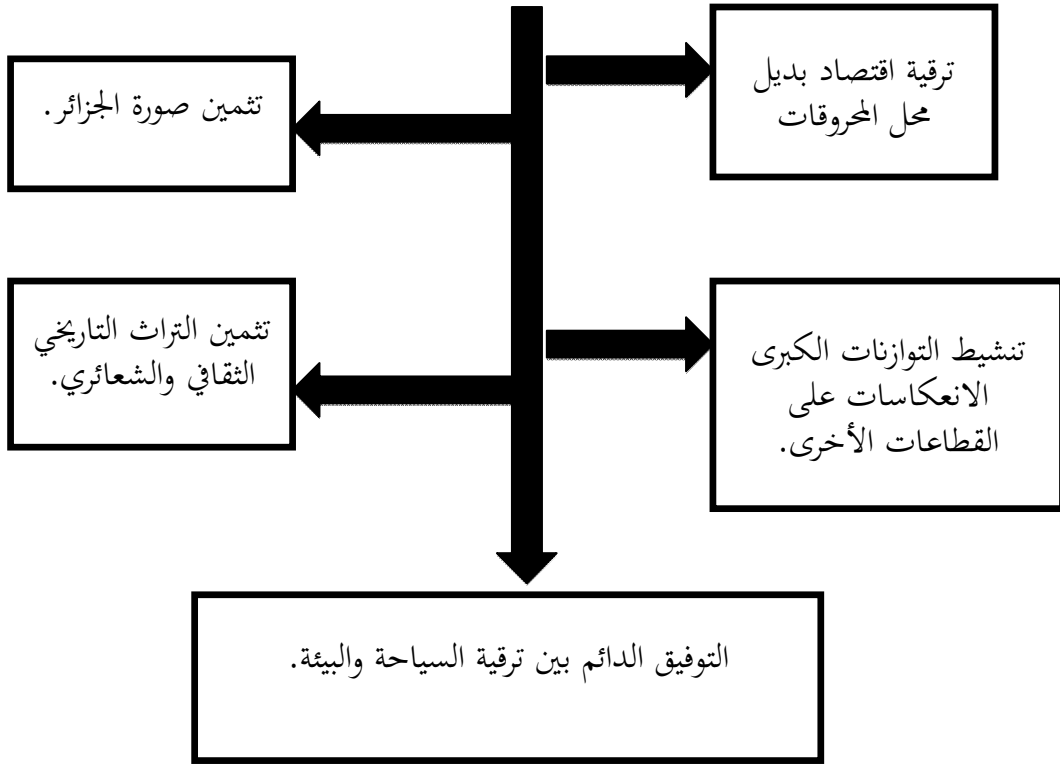
1) الأهداف العامة: حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خمسة أهداف كبرى وهي:¹

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي وذلك من خلال:
 - ترقية اقتصاد بديل يجل محل المحروقات؛
 - تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية؛
 - إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها امتياز ومنازة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد؛
 - المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى (الميزان التجاري وميزان المدفوعات، توازنات الميزانية)؛
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الصناعة التقليدية والخدمات) من خلال:
 - النظر إلى السياحة في إطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل (النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي والتكوين) تأخذ بعين الاعتبار منطق جميع المتعاملين العموميين والخواص (الجزائريين وأيضاً الأجانب)؛
 - الانسجام مع القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجال حلقة التنمية السياحية ؛
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري؛
- التحسين الدائم لصورة الجزائر: حيث يرمي هذا البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق الجعل منها سوقا هاما وليست ثانوية، والشكل التالي يوضح هذه الأهداف:

¹ MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, *livre01 : dianostique audit du tourisme algérien*, Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Algérie, 2008, p.22.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم (4-11): الأهداف الخمسة ل.م.ت.ت.س (SDAT2030).



Source: MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, livre 01, op-cit , p:24.

(2) الأهداف المادية: أما عن الأهداف المادية التي تم تحديدها للمرحلة 2008 - 2015 فهي ممثلة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (4-12): خطة الأعمال السياحية آفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح(سائح)	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة(سرير)	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
الإيرادات (مليون دولار)	2.5	1500 الى 2000
مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة (عامل)	200.000	400.000
تكوين(مقاعد بيداغوجية)	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، الكتاب رقم 02، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، 2008، ص18.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأنه كان من المتوقع استقبال 2.5 مليون سائح في نهاية سنة 2015، ومن أجل استيعاب هذا العدد يجب توفير حوالي 159000 سرير منها 75000 سرير من النوعية الفاخرة، كما يجب أن توفر هذه الاستثمارات حوالي 400.000 منصب شغل مباشر وغير مباشر، بالإضافة إلى أن الدولة ستوفر 91600 مقعد بيداغوجي من أجل تكوين رأس المال البشري لتسيير هذا النوع من الاستثمارات والرفع من مستوى الخدمات المقدمة، كما يتوقع أن تبلغ مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام 3% في سنة 2015.

ثالثا- مخططات وآليات إنعاش السوق السياحية الجزائرية:

لتحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تم التركيز على خمس حركيات أساسية وفي إطار كل حركية يتم تنفيذ مجموعة من الإجراءات بغرض الوصول إلى الأهداف المرجوة، وفيما يلي سوف نتطرق إلى كل حركية من هذه الحركيات الخمس والأهداف التي تم تحقيقها :

1. إستراتيجية "مخطط الجزائر الوجهة": **Plan Destination Algérie (PDA)**

على غرار الدول السياحية الكبرى في العالم، يتوجب على السياحة الجزائرية أن تكون ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للزبائن من جهة، وجمع وإحداث توازن بين كل الطاقات الاجتماعية والمهنية على أساس إستراتيجية تسويق خطة عمل من جهة أخرى، حيث تعاني الجزائر اليوم من بعض الذهنيات السلبية فيما يتعلق بصورتها كصور الفوضى وانعدام الأمن والانغلاق بسبب غياب الإشهار السياحي لديها لهذا فإن ترقية هذه الصورة مسألة أساسية للوصول إلى وجهة سياحية كاملة وزيادة شهرة الجزائر وإعطائها صورة جذابة ، حيث يهدف هذا المخطط إلى تحقيق ما يلي:¹

- تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني على أساس: التنافسية والأداء ، العدالة الاجتماعية، تهمين الهوية والموروث إضافة إلى شراكات وطنية ودولية؛
- جعل الجزائر وجهة سياحية أولى في المغرب والمنطقة المتوسطة، ويتعلق الأمر بتهمين الخاصيات التنافسية (الصحراء والموروث الثقافي والمواقع) واستعادة الثقة وتعزيز الصورة الايجابية والقيّمة للجزائر لدى الزبائن (المحليين والأجانب)؛

¹ MATET, Schéma directeur d 'Aménagement Touristique-SDAT 2025, *livre 02: le plan stratégique : le cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaire*, janvier 2008, p: 32

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- التمرکز أو التموّع في الفروع الواعدة والأسواق الجذابة من خلال العمل في الفروع الواعدة والتكليف الدائم للعرض حسب الطلب، تشجيع بروز الأقطاب السياحية للامتياز وتعزيز صورة الجزائر الايجابية عند كل الزبائن.

ولتنفيذ هذه الإستراتيجية وكمرحلة أولى تم العمل على تطوير إستراتيجية التسويق وهذا بدراسة الطلب السياحي وتحديد الأسواق المستهدفة، ففي هذا الإطار تم تنظيم العديد من المعارض مثل المعرض الدولي للسياحة والسفر الخاص بمعدات النقل والفندقة وكذا المشاركة في المعارض التجارية الدولية والاحتفال باليوم العالمي للسياحة (27 سبتمبر من كل سنة)، أما في المرحلة الثانية فتم تنفيذ خطة الترويج والاتصال وهذا من خلال تطوير أدوات التواصل والترويج لبناء صورة جديدة وسمعة جيدة عن وجهة الجزائر، حيث تم في هذه المرحلة:

✓ إعداد وتأنيث 25 مركز معلومات للتوجيه السياحي على مستوى 25 ولاية؛

✓ وضع خطة اتصال على مستوى العديد من الولايات وزيادة عدد الوكالات السياحية إلى 2220 وكالة سياحية إلى غاية تاريخ 2017/12/31.

أما عن المرحلة الثالثة فتعنى بإنشاء نظام لرصد السياحة وتعلق الأمر بوضع نظام معلومات قيد التنفيذ بواسطة ANDT (الوكالة الوطنية لتنمية السياحة).

2. الأقطاب السياحية للامتياز (POT) (Les Pôles Touristiques D'excellence):

ترمي هذه الحركية إلى إبراز الأقطاب السياحية المهمة المعترف بها كنماذج من قبل السوق السياحي الدولي والتي تساهم بطريقة فعالة في صناعة الصورة السياحية للجزائر، حيث يقصد بالقطب السياحي للامتياز تلك الرقعة الجغرافية المزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية والأنشطة السياحية التي تستجيب لطلب السوق وتتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي، وهذه الحركية هي إحدى أركان خطة العمل الوطنية لتنفيذ SDAT وهي تهدف إلى تعزيز واستغلال إمكانيات السياحة المحلية وخلق جاذبية وتنمية سياحية في مناطق مختلفة من البلاد في شكل أقطاب سياحية متميزة، وحدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، سبعة أقطاب سياحية للامتياز:¹

- القطب السياحي للامتياز الشمال - شرق (POT.NE): يضم كل من الولايات التالية: عنابة، الطارف، سكيكدة، قلمة، سوق أهراس، تبسة....؛

- القطب السياحي للامتياز الشمال - وسط (POT.NC): يضم كل من: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، البويرة، الشلف، عين الدفلى، المدية، تيزي وزو، بجاية....؛

¹ MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, livre 02 , op-cit , p: 44.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- القطب السياحي للامتياز الشمال-غرب (POT.NO): ويضم: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس وغليزان؛
- القطب السياحي للامتياز جنوب-شرق (POT.SE): غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه...؛
- القطب السياحي للامتياز جنوب-غرب (POT.SO): أدرار، تميمون وشار؛
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT.GS): طاسيلي ناجر، إليزي، جانيت...؛
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT.GS): تمنراست.

أما عن المرحلة الأولى لتنفيذ هذه الإستراتيجية فتعني بتطوير الأقطاب السياحية، حيث تم إنجاز منشآت فندقية مختلفة التصنيف خارج مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحي (ZEST) والتي ساهمت في توفير 112264 سرير، أما إذا تكلمنا عن الحصيلة النهائية للمشاريع الاستثمارية على مستوى كل قطب فهي ممثلة في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-13): عدد الأسرة المنجزة على مستوى الأقطاب السياحية إلى غاية تاريخ 2018/09/31

الأقطاب السياحية	عدد المشاريع المخصصة لكل قطب	الأهداف المسطرة خلال الفترة 2015/2008 (عدد الأسرة) على مستوى كل قطب	عدد الأسرة المنجزة على مستوى كل قطب إلى غاية تاريخ 2018/09/31	نسبة التقدم في الانجاز %
الشمال-الشرق	23	13343	27514	206
الشمال-وسط	32	45585	41540	91
جنوب-شرق	04	2092	4928	235
جنوب-غرب	02	1605	5168	321
الشمال-غرب	18	6852	31683	462
الجنوب الكبير طاسيلي	01	150	411	274
الجنوب الكبير الالهقار	00	225	1590	706
المجموع	80	69852	112834	161

Source :Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), EVALUATION DE LA MISE EN OEUVRE DU SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE (SDAT), 2019.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح بأن هذا المخطط لم يول أهمية كبيرة للأقطاب السياحية الموجودة في الجنوب رغم تربعها على مساحة كبيرة كما تتوفر على مؤهلات سياحية لا بأس بها، وقد عرفت المشاريع المبرمجة على مستوى كل قطب سياحي قفزة نوعية في نسب الانجاز والتي تعدت نسبة 200% على مستوى كل الأقطاب السياحية ماعدا القطب السياحي الشمال-وسط حيث بلغت نسبة انجاز المشاريع على مستواه حوالي 91% في أواخر سنة 2018، لتصل عدد الأسرة المنجزة على مستوى كل الأقطاب السياحية إلى غاية تاريخ 2018/09/31 حوالي 112834 سرير، في حين كانت الأهداف المسطرة فيما يخص عدد الأسرة حوالي 69852 سرير أي بنسبة انجاز قدرت ب 161% ولذلك يمكن القول بأن النتائج المحققة مرضية نوعا ما وخاصة فيما تعلق بالبنية التحتية السياحية خاصة الفنادق.

كما يمكن القول أن هذه الديناميكية تعتبر من الأسس المهمة في خطة العمل على المستوى الوطني بحيث تعتمد على استغلال المقومات السياحية المحلية الوطنية من خلال تهيئة مناطق ومواقع التوسع السياحي، وتجدر الإشارة إلى أنه تم اختيار الأقطاب السياحية حسب المقومات السياحية لكل إقليم ومنطقة سياحية على المستوى الوطني وتطوير المنتج السياحي حسب مميزاتة التقليدية ومميزاتة الطبيعية.

أما المرحلة الثانية في إطار هذه الحركة فتتعلق بحماية وتعزيز العقار السياحي، حيث تم خلالها:

✓ تطوير 41 خطة رئيسية للتنمية السياحية؛

✓ تصنيف 225 منطقة توسع سياحي بمساحة تقدر ب 56472.06 هكتار وهي موزعة كالاتي:

- 166 منطقة توسع سياحي موزعة على الساحل بمساحة تقدر ب 88660.90 هكتار في 14 ولاية؛

- 36 منطقة توسع سياحي موزعة على 12 ولاية بمساحة تقدر ب 8082.95 هكتار؛

- 23 منطقة توسع سياحي موزعة على 8 ولايات صحراوية بمساحة تقدر ب 9728021 هكتار.

✓ تركيب لافتات إرشادية لمناطق التوسع السياحي؛

✓ وكحوصلة فإنه خلال الفترة 2018/2008 تم إعداد 197 دراسة لمخطط التهيئة السياحية منها 80

دراسة مكتملة تضم 52 دراسة تمت الموافقة عليها و28 دراسة في إطار الموافقة عليها، في حين 117 في طور إعداد الدراسة؛

✓ خلال نفس الفترة تمت عملية تهيئة وإعادة تهيئة 21 منطقة توسع سياحي منها 10 مناطق توسع

سياحي تم على مستواها انجاز الطرقات وقنوات الصرف الصحي والمياه، بينما 11 منطقة توسع

سياحي لم يتم بعد عملية إعادة التهيئة على مستواها .

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

✓ وفي سنة 2016 تم إيقاف عملية تهيئة مناطق التوسع السياحي خاصة بعد الأزمة المالية التي عرفتھا الجزائر، ولكن مع نهاية سنة 2018 تم تخصيص ميزانية تقدر ب 16 مليار دج من أجل تمويل 105 مناطق توسع سياحي ؛

أما المرحلة الثالثة تتعلق بالبدء في عملية تقييم الينابيع الحارّة، حيث تم إحصاء 282 منبع في سنة 2014 وتم في هذا الإطار:

✓ منح الامتياز ل 60 منبع حراري،

✓ تصنيف 15 منطقة توسع سياحي جديدة على مستوى الينابيع الحارّة،

✓ تطوير 25 دراسة متعلّقة بتهيئة وتطوير المنتجعات الصحيّة، كما أن القطاع الخاص استحوذ على 13 منتجع صحي ومراكز للعلاج بمياه البحر.

وفيما يخص المرحلة الرابعة والأخيرة فتتعلّق بتشجيع الاستثمار السياحي وهذا من خلال زيادة عدد الأسرة لتصل إلى 112264 سرير موزعة على 1289 منشأة فندقية عامة وخاصة، كما تم توقيع اتفاقية مع 11 مؤسسة مالية ومصرفية بغرض تقديم التسهيلات للمستثمرين، توفير حوافز مالية وضريبية حددتها قوانين المالية وحتى قوانين المالية التكميلية للأعوام 2009، 2011، 2013 و 2015.

وفي إطار هذه الحركة تم أيضا:¹

✓ البدء في عملية عصرنة وإدخال تكنولوجيا المعلومات وضرورة استخدامها من طرف المؤسسات الفندقية

السياحية التابعة ل -HTT - le groupement Hôtels, Tourisme et Thermalisme

والمقدر عددها ب 68 مؤسسة فندقية عبر الوطن موزعة كالتالي:

- 08 فنادق خاصة بسياحة الأعمال.

- 12 فندق حضري.

- 03 مراكز سياحية.

- 19 فندق في الجنوب.

- 04 محطات للاستحمام.

- 12 وحدة شاطئية؛

- 08 محطات حموية.

- 01 مركز علاج حموي (سيدي فرج).

- 01 مركز الرفاهة (الأندلسيات).

¹ من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

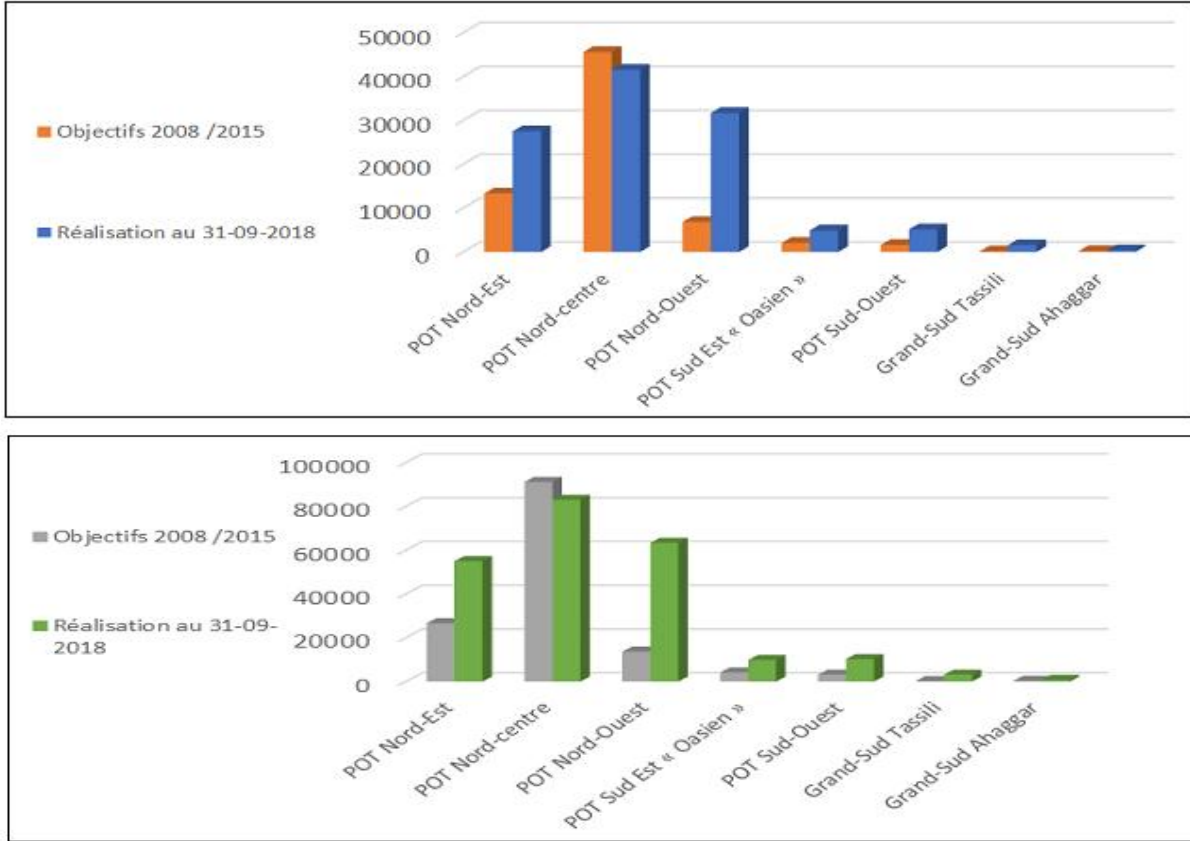
الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

✓ إضافة إلى أن مجموعة من مؤسسات الفندقية والمقدرة ب 63 مؤسسة فندقية معنية بعملية إعادة التأهيل والعصرنة والأمر يخص:

- 13 وحدة مكتملة منها سيرتا وبانوراميك في ولاية قسنطينة.
 - 37 وحدة في طور الانجاز منها: فندق سيبوس في عنابة، فندق مرمورة في قالمة، فندق المرجان في الطارف وحمم قرقور في سطيف.
 - 03 وحدات في طور الإعلان عنها منها: شيليا ولاية باتنة.
 - 04 وحدات في طور إعادة التشغيل.
 - 06 وحدات مؤجلة منها: فندق المنتزه في عنابة، فندق بوقرون في سكيكدة ومنتجع حمام الشلالة في ولاية قالمة.
 - وحدتين متنازع عليهما منها: وحدة الهضاب في ولاية سطيف.
- وفيما يلي سنتطرق إلى جملة الأهداف وكذا الانجازات المتعلقة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى غاية تاريخ 2018/09/31 :

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشكل رقم (4-12): أهداف وإنجازات SDAT فيما يخص التوظيف وعدد الأسرة (على مستوى الأقطاب السياحية)



Source : Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), EVALUATION DE LA MISE EN OEUVRE DU SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE (SDAT), 2019, PP71-72.

من خلال الشكلين أعلاه نلاحظ أن جميع الأهداف من حيث الإنجازات كانت أعلى من الأهداف المحددة من حيث قدرات الاستقبال ومناصب الشغل على مستوى كل الأقطاب السياحية باستثناء القطب الشمال-وسط، فالإنجازات من المنشآت الفندقية من تصنيفات مختلفة وفي العديد من المناطق تشير إلى الجهود التي تبذلها الدولة لتزويد مختلف المناطق ببنية تحتية للإقامة كما أنها تشكل أداة لخلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة، وما يمكن الإشارة إليه أن بعض المناطق ومن خلال الجهود المبذولة لبناء المنشآت الفندقية استطاعت خلق العديد من الوظائف المباشرة وغير المباشرة والتي تجاوزت التوقعات.

3. مخطط نوعية السياحة : PQT (Plan de Qualité du Tourisme)

أصبحت النوعية اليوم مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبرى، حيث أن تدريب رأس المال البشري هو شرط أساسي لقيام تنمية سياحية، فمخطط التهيئة السياحية يركز على التكوين والتعليم بامتياز بهدف

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، وتهدف هذه الحركية إلى تزويد الفنادق والمؤسسات السياحية بقوة عاملة وإدارة مؤهلة تلبي احتياجات السياح المحليين والأجانب.

وفي هذا الإطار تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات عبر مراحل، فالمرحلة الأولى تتعلق بخطة جودة السياحة حيث تم من خلالها العمل على تحديث وإصلاح البنية التحتية وإنشاء اللجنة الوطنية "علامة الجودة" وإنشاء علامة "جودة السياحة"، أما عن المرحلة الثانية فتتعلق بالتدريب الجيد والهدف منها تدريب ورفع مستوى المورد البشري وهذا عن طريق :

- 3 مؤسسات (ENST, INTHT, CHT) تحت إشراف وزارة السياحة والصناعة التقليدية والتي توفر أكثر من 400 مقعد بيداغوجي؛
- مدارس عليا للفندقة والإطعام بطاقة استيعاب تقدر ب 900 مقعد بيداغوجي؛
- 150 مركز للتدريب المهني؛
- 60 مدرسة خاصة؛
- دعم وتكوين المدراء التنفيذيين في وزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر وفي الخارج؛
- توقيع اتفاقية مع الاتحاد الأوروبي في إطار برنامج DIVECO .

أما المرحلة الثالثة فتتمثل في الابتكار واستخدام تكنولوجيا المعلومات حيث تم تحقيق إنجازات في هذا الإطار والأمر يتعلق باستحداث البوابة الالكترونية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ورقمة الإدارة وتنظيم ورشة عمل مع المنظمة العالمية للسياحة حول التطوير الإحصائي للسياحة (فبراير 2016).

4. مخطط الشراكة العمومية- الخاصة le Plan Partenariat Public-Privé

تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، تدير المتاحف والأماكن التاريخية، وتصون الصورة الرفيعة للبلاد والمواقع بواسطة سياساتها وعمليات الاتصال، أما القطاع الخاص فيضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، إذ يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه، فهو يحتاج إلى حرية كبيرة لمباشرة الإنتاج وتسويق الخدمات داخل البلدان الموفدة، إضافة إلى إطار تنظيمي مشجع وتشريع ضريبي واجتماعي مكثف مع طبيعة نشاطه وبالتالي تجد الممارسة السياحية مهما كان نوعها حيزها على الأرض وهي مرتبطة بشكل وثيق بتنظيم هذا الإقليم، وبذلك يكون الحديث عن تطوير السياحة هو حديث كذلك عن:¹

- أنماط التنقلات (حافلات، سيارات، قطارات، طائرات، بواخر...)

¹ MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, livre 02 , op-cit , p:51.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- طرق الاستقبال: التأشيرات، أراضي الاستقبال...؛
 - المنشآت (الهايكل): الطرق، المحطات، الموانئ، المطارات، السكك الحديدية...؛
 - مصادر التزود بالطاقة والمياه (التدفئة، الإنارة، الماء الساخن...)
 - نوعية الهواء، معالجة المياه المستعملة، النفايات المنزلية والنظافة العمومية بشكل عام...؛
 - نوعية الإطار المعيشي والبيئي (صيانة الأماكن العامة، المناظر، زرع الورود والمساحات الخضراء...).
- وتنفيذا لمخطط الشراكة العمومية- الخاصة تم الوقوف على مرحلتين أساسيتين: المرحلة الأولى تتعلق بجعل السلسلة السياحية أكثر تماسكا ووضوحا، أما المرحلة الثانية فتتعلق بتنظيم الشراكة والتشاور على المستوى المحلي وهذا من خلال توقيع اتفاقيات مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وزارة التكوين والتعليم المهنيين، وزارة الثقافة، وزارة الاتصال بالإضافة إلى مرافقة وتوجيه المستثمرين ومنحهم مزايا ضريبية وجمركية من أجل استيراد المعدات.

5. مخطط تمويل السياحة PFT (Plan de Financement de Tourisme):

يتطلب الاستثمار في البنية التحتية السياحية تمويلا كبيرا يكون عائد الاستثمار فيها بطيئا للغاية ويقدر في المتوسط من 15 إلى 20 سنة، لذلك وفي إطار مخطط SDAT تسعى الدولة إلى إيجاد دعم ومرافقة للمستثمرين في المخططات الخمس، وتهدف هذه الديناميكية إلى خلق بيئة هادئة وجذابة للمستثمرين المحليين والأجانب من خلال تزويدهم بمجموعة من التدابير المناسبة وهذا هو دور مخطط التمويل:¹

- حماية ومرافقة المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
 - السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛
 - جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
 - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
 - تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.
- ولتنفيذ هذا المخطط تم الوقوف عند ثلاث مراحل عمل أساسية، المرحلة الأولى تتمثل في الشروع في إنشاء بنك الاستثمار والذي من شأنه أن يقضي على أوجه القصور في التمويل المصرفي فدوره سيكون فعال في تطوير قطاع السياحة، كما تم وضع تدابير ضريبية لتشجيع الاستثمار السياحي منها:
- ✓ تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19 % في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25 % من هذه الضريبة؛

¹ MATET, Schéma directeur d 'Aménagement Touristique-SDAT 2025, livre 02 , op-cit , p:57.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

- ✓ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي تم إنشاؤها من طرف المقاولون الوطنيون أو الأجانب باستثناء وكالات السياحة والأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في السياحة؛
- ✓ أما في ما يخص عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال والجنوب في إطار مخطط النوعية السياحية فتستفيد على التوالي من تخفيض 3%، 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- ✓ إنشاء 48 صندوق استثماري في جميع ولايات الوطن، حيث يسهل هذا الصندوق حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التمويل؛
- ✓ تطبيق النسبة المخفضة من معدل الضريبة على القيمة المضافة والتي قدرت ب 7% إلى غاية تاريخ 2019/12/31.

أما عن المرحلة الثانية فتتمثل في تقديم الدعم للشركات السياحية والمستثمرين وهذا من خلال:

- ✓ مساعدة المستثمرين على الحصول على التمويل البنكي، حيث قامت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بتوقيع اتفاقيات مع عدد من المؤسسات المالية والبنكية مثل (CPA)، (BDL)، (CNEP)، (BADR)، (FGAR)، بنك البركة، بنك السلام الجزائر (ASBA)، بنك الخليج الجزائر (AGB)، الجزائر استثمار، بنك تريست، صندوق ضمان القروض (FGAR)،
- ✓ منح الامتياز المباشر للأراضي السياحية لمدة 33 سنة قابلة للتجديد مرتين؛
- ✓ انطلاق عمليات التهيئة لبعض مناطق التوسع السياحي على مستوى الوطن.

وعن آخر مرحلة ضمن هذا المخطط فتتمثل في إعطاء صورة واضحة عن العملية الاستثمارية في القطاع السياحي بتطوير دليل الاستثمار حتى تحفز المستثمرين على دخول هذا النوع من الاستثمارات.

وبعد انتهاء المرحلة الأولى 2015/2008 تم تحديد أهداف المرحلة الثانية آفاق 2030، وفيما يلي سوف نتطرق إلى ملخص نتائج وأهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الجدول رقم (4-14): ملخص نتائج SDAT وأهدافه آفاق 2030

الأهداف آفاق 2030	تقييم الانجازات			/12/31 2008	المؤشرات
	سنة 2017	سنة 2016	سنة 2015		
360000 سرير	1289م فندقية/ 112 264 سرير	1231م فندقية/ 107 420 سرير	1195م فندقية/ 102 244 سرير	1147 مؤسسة/ 85 876 سرير	عدد المؤسسات الفندقية/عدد الأسرة
900 000 منصب شغل	275 000	270 317	265 803	200 000	عدد مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة
11 مليون	1 708 375	1 322 712	1083 121	511 000	عدد السياح الأجانب
	742 410	716 732	626 873	1 236 110	عدد السياح الجزائريين المقيمين في الخارج
8 800	141	209	304	215 (2006)	الإيرادات السياحية بالمليون دولار
	580	475	677	380.7 (2006)	النفقات السياحية بالمليون دولار
5-6%	2%	1.6%	1.3%	1.7%	مساهمة السياحة في PIB
/	2 378	2 041	1 643	112	عدد الوكالات السياحية النشطة
/	446	429	421	38	عدد المنخرطين في مخطط الجودة (مؤسسات ومشاريع سياحية)
/	24 م ت س/ 2095.38 هكتار	35 م ت س/ 3515.06 هكتار	28 م توسع سياحي/ 3789.19 هكتار	/	المناطق والمواقع السياحية المقترحة
/	225 م ت س/ 56472.06 هكتار	205 م ت س/ 53275.62 هكتار	205 م ت س/ 53275.62 هكتار	174 م ت س	المناطق والمواقع السياحية المصنفة
/	1946 مشروع	460 مشروع	504 مشروع	457 مشروع	عدد المشاريع التي وافقت عليها لجنة تقييم المشاريع
/	258 560 سرير	76 670 سرير	69 138 سرير	43 000 سرير	
/	104 106 منصب عمل مباشر	32 592 منصب عمل مباشر	28 835 منصب عمل مباشر	/	

Source Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), EVALUATION DE LA MISE EN OEUVRE DU SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE (SDAT),2019, P80

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

بالنظر إلى النتائج المحققة والمبينة في الجدول أعلاه فإنه لا يمكن إنكار الآثار الايجابية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT والتي تتعلق بنمو عدد الأسرة والوظائف السياحية للفترة 2018/2008، إلا أنه لا يزال هناك الكثير من العمل الذي يتعين القيام به للوصول إلى الأهداف المحددة في نهاية فترة هذا المخطط آفاق 2030 والتي يجب أن تعتمد على شرطين أساسيين وهما ضمان جودة إدارة الشركات السياحية وتوحيد عمل الشركاء السياحيين لبناء الجزائر كمقصد سياحي.

فبعد اللقاءات التي تمت بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية وبالتنسيق مع الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار وجميع الفاعلين في القطاع السياحي في أكتوبر 2018 لغرض تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتنمية السياحية للفترة 2018/2008 تم إعادة التأكيد على أهداف هذا المخطط والتي أهمها الوصول إلى طاقة استيعاب تقدر ب 360000 سرير وتوفير 900000 وظيفة مباشرة وغير مباشرة بالإضافة إلى العمل على إستقطاب 11 مليون سائح وتحقيق مساهمة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي تقدر من 5-6%، ومن الملاحظ أيضا أنه وفي إطار هذه اللقاءات تم تحديد أهداف في نهاية المخطط في سنة 2030 في حين كان من الأجدر وضع جملة الأهداف كل 5 سنوات وذلك لإعطاء صورة واضحة عن سيرورة المشاريع الاستثمارية على مستوى مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، وعلى مستوى الأقطاب السياحية أيضا، وكذا إلقاء الضوء عن المشاكل التي تصادف هذا النوع من الاستثمارات وفي أية مرحلة من مراحل الانجاز حدث تعثر أو خلل، وهذا قصد إتباع إجراءات وسياسات تصحيحية وبصفة إستعجالية.

المبحث الثالث: ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر TTCI (2019)

يعتبر مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر من بين المؤشرات التي تبين القوة الاقتصادية التي يمتلكها القطاع السياحي في الوقت الحاضر، حيث اهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجال السياحة والسفر، وقد قام المنتدى الاقتصادي العالمي بإصدار تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في سنة 2007 وفتح المجال أمام تقييم انجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة.

المطلب الأول: التعريف بمؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر TTCI:

يقيس مؤشر تنافسية السياحة والسفر مدى تنافسية الدول في هذا المجال وذلك من خلال قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالميا، ويستند المؤشر في بياناته إلى مصادر عامة مثل مؤسسات دولية للسياحة والسفر، خبراء السياحة والسفر، نتائج استطلاعات الرأي العام ونتائج مسوحات سنوية شاملة

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع شبكة مؤسسات شريكة تعمل في البلدان التي احتواها التقرير.¹ ويهدف مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر إلى توفير أداة إستراتيجية واضحة وشاملة تسمح بقياس العوامل والسياسات المحفزة على تطوير قطاع السياحة في مختلف الدول، وذلك من خلال تقديم تقييمات مفصلة عن بيئة السياحة والسفر لهذه الدول في جميع أنحاء العالم.²

ولقد أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر لسنة 2015 تحت شعار "النمو من الصدمات"*، حيث قام المنتدى الاقتصادي بتغيير بعض المسميات للمؤشرات التي كانت في الأعوام الماضية، حيث ضم هذا التقرير 141 دولة من جميع أنحاء العالم منها 14 دولة عربية بينما في تقرير سنة 2007 شاركت فيه 10 دول عربية أما في سنة 2009 شاركت فيه 14 دولة عربية وفي 2011 شاركت 15 دولة و13 دولة في تقرير سنة 2013، وتعتمد منهجية تصنيف تنافسية الدول حسب تقرير سنة 2015 إلى أربع محاور رئيسية:³

■ المحور الأول: البيئة التمكينية؛

■ المحور الثاني: سياسات السفر والسياحة والظروف الملائمة؛

■ المحور الثالث: البنية التحتية؛

■ المحور الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية.

وتجدر الإشارة أن كل محور من هذه المحاور يحتوي على مؤشرات فرعية وهي 14 عنصر حسب تقرير سنة 2015 وبقيت نفس تسمية هذه العناصر خلال تقرير سنتي 2017 و2019، والشكل التالي يوضح هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2017.

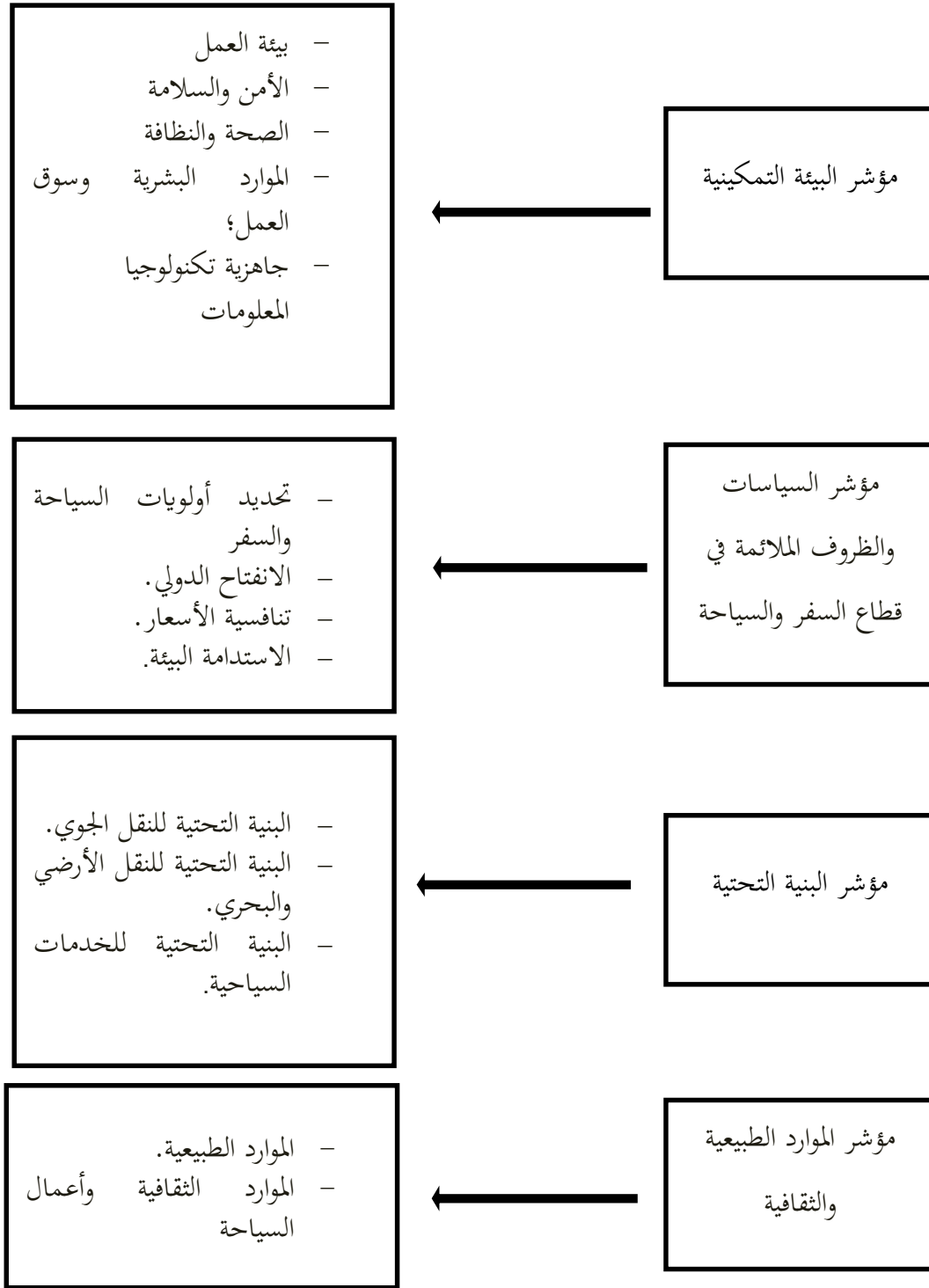
¹ غرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية الفرص والتحديات، قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، السعودية، 2011، ص 35.

² مسعي بلال، اوريبي هبة الله، مرجع سابق، ص 39.

* الاسم مستوحى من تعرض قطاع السياحة إلى كوارث جوية بالإضافة للازمات المتلاحقة في العالم من عدم توفر الأمن والإرهاب في بعض الدول.

³ World Economic forum . The Travel and Tourism Competitiveness Report , 2015.p 4.

الشكل رقم (4-13): هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2017



Source :World Economic Forum, The Travel Tourism Competitiveness report 2017,Ed. by; Roberto Crotti and Tiffany Misrahi, geneva.

من خلال عرض مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لعام 2017 الواردة في الشكل أعلاه، نلاحظ أن عدد المؤشرات الرئيسية أصبح أربعة بدلا من ثلاث مؤشرات في الإصدارات السابقة، أما من حيث المؤشرات

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الفرعية فما زال الاعتماد على 14 مؤشرا فرعيا كما في الإصدارات السابقة، في حين أصبح عدد المتغيرات الإجمالية 90 متغيرا بعد أن كانت 79 متغيرا فقط.

وقد جاءت هذه التعديلات في هيكل المؤشر بناء على التوصيات التي توصل إليها المنتدى الاقتصادي العالمي مع الخبراء وصناع القرار والمؤسسات الشريكة والتي هدفت إلى تحسين المعلومات والبيانات التي اعتمد عليها في بناء المؤشر باعتباره أداة فعالة لتقييم السياسات الحكومية المثلى والأنظمة الداعمة لنمو تنافسية السياحة والسفر في العالم.

المطلب الثاني: مكونات مؤشر التنافسية العالمي للسياحة والسفر TTCI وأهم المتغيرات

يتكون مؤشر السياحة والسفر من أربعة مجموعات رئيسية تتفرع بدورها إلى 14 مؤشر فرعي وتتفرع بدورها إلى 90 متغير.

1) مكونات مؤشر البيئة التمكينية: يتكون المؤشر الرئيسي للبيئة التمكينية من خمسة مؤشرات فرعية¹، ويرتكز هذا المؤشر على قدرة الدولة على خلق بيئة للشركات للقيام بأعمال تجارية وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي وباقي القطاعات فوضع لوائح ونظم وأطر قانونية تحمي المستثمر وتحفظ حقوق ملكيته تؤدي إلى قدرة تنافسية لبيئة العمل بين الدول، ويرتكز هذا المؤشر في قياس بيئة العمل على المتغيرات التالية:

■ **بيئة العمل:** وتحتوي بيئة العمل على 12 متغير وهي حقوق الملكية، تأثير قواعد الاستثمار المباشر للأجانب، كفاءة الأطر القانونية في تسوية النزاعات، كفاءة الأطر القانونية في تحدي الشركات من خلال القانون، عدد الأيام اللازمة لاستخراج رخصة بناء؛ نسبة تكلفة الترخيص من مجموع البناء؛ مدى الهيمنة على السوق، عدد الأيام اللازمة لبدء النشاط التجاري؛ التكلفة لبدء النشاط التجاري، تأثير الضرائب على الحوافز للعمل؛ تأثير الضرائب على الحوافز للاستثمار؛ نسبة الضريبة من إجمالي الربح.

■ **الأمن والسلامة:** ركز هذا المؤشر على 5 متغيرات باعتبار أن الأمن والسلامة في قطاع السياحة والسفر عامل حاسم وحساس لتحديد القدرة التنافسية وهذا من خلال تأثير القطاع بدرجة كبيرة بالأمن والسلامة، وكما شهدنا في عدد من الدول في العالم وفي دول عربية كيف أثر هذا المؤشر على السياحة، فهناك دول انخفضت أعداد السياح بالملايين مقارنة بسنوات سابقة كان فيها الأمن مستقرا، فالسائح والمستثمر يريدان في البداية الأمن والسلامة في البلد المضيف بالدرجة الأولى، وتم قياس هذا المؤشر بوضع خمس متغيرات كما يلي: كلفة الجريمة والعنف على التجارة(الأعمال)، الثقة في خدمات

¹ تقرير المنظمة العربية للسياحة، 2015، ص 6.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

الشرطة، كلفة الإرهاب على التجارة(الأعمال)، مؤشر الإصابات والوفيات الناجمة عن الإرهاب، معدل جرائم القتل.

■ **الصحة والنظافة:** إن القطاع الصحي في البلاد مرتبط ارتباطا وثيقا بالسياحة كما هو الحال مع القطاعات الأخرى لذا فإن ركيزة الصحة على قدرة تنافسية السياحة والسفر للبلد يأتي من أهمية ذلك على السائح الذي سيتأثر بالصحة العامة للبلد والإمكانيات المتوفرة في البلد الذي سيزوره السائح، وهذه المتغيرات هي: كفاءة الأطباء، وصول خدمات الصرف الصحي، الحصول على المياه الصالحة للشرب، عدد الأسرة في المستشفيات، مدى انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة وعدد حالات الإصابة بالمalaria.

■ **الموارد البشرية:** وقد جزأها التقرير إلى قسمين يتكون من 9 مؤشرات المؤشر الأول يتعلق بتأهيل القوى البشرية وهناك أربعة مؤشرات لها وهي: معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي، معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي، مدى تدريب الموظفين ومعاملة العملاء، أما المؤشر الثاني يتعلق بسوق العمل والذي شمل على خمسة متغيرات: ممارسات التوظيف وإنهاء الخدمات، سهولة إيجاد الموظفين المهرة، الأجور والإنتاجية ومشاركة النساء في القوى العاملة.

■ **جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** وتتكون من المؤشرات الفرعية التالية: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، استخدام الانترنت للأعمال التجارية والمستهلكين، عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت، مشتركى الانترنت(النطاق العريض)، اشتراكات الهاتف المحمول(الخلوي)، اشتراكات النطاق العريض المحمول، تغطية شبكة المحمول وجودة إمدادات الكهرباء.

(2) **مكونات مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة:** يشتمل هذا المؤشر أربعة مؤشرات جزئية والتي تنقسم بدورها إلى 23 متغير، وهي: تحديد أولويات السياحة والسفر والانفتاح الدولي وتنافسية الأسعار والاستدامة البيئية.

(3) **مكونات مؤشر البنية التحتية:** ويتكون هذا المؤشر من ثلاث مؤشرات فرعية وهي البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للخدمات السياحية والبنية التحتية للنقل الأرضي والبحري والتي بدورها تنقسم إلى 17 متغير، حيث يشكل هذا المؤشر الرئيسي الثالث لتقرير التنافسية مؤشرا مهما لقطاع السياحة فالبنية التحتية للنقل البري والجوي والبحري من أهم ما يميز الدول السياحية والتي تزيد بها المطارات والموانئ والطرق البرية، أما عن المؤشر الفرعي الرابع المتعلق بالبنية التحتية للخدمات السياحية فتتمثل في الغرف الفندقية في المنتجعات والفنادق والشقق السكنية ووجود شركات تأجير السيارات ووجود أجهزة الصرف الآلي التي تسهل على السائح لسحب ما يلزمه من المال.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

4) مكونات مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية: حيث أن مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية به فقط مؤشرين فرعيين ويتضمن كل مؤشر فرعي خمسة متغيرات فالموارد الطبيعية للبلد تشكل ميزة تنافسية في جذب السياح إليها من خلال عدد المواقع الطبيعية المسجلة في التراث العالمي وأنواع الثدييات والطيور والبرمائيات المعروفة والمسجلة عالميا وعدد المحميات الطبيعية في البلد وجودة الطبيعة أما الموارد الثقافية فهي تشمل عدد المواقع الثقافية المسجلة في التراث العالمي وعدد التراث وعدد الملاعب الرياضية وعدد المعارض والمؤتمرات السنوية.

المطلب الثالث: ترتيب ومقارنة الدول محل الدراسة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2019

يضم تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2019، 140 بلدا، في حين ضم تقرير 2017، 136 بلدا، أما عن تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2015، 141 بلدا من بينها 14 بلدا عربيا وهي: الإمارات العربية المتحدة، البحرين، الجزائر، مصر، الأردن، الكويت، لبنان، المغرب، عمان، قطر، السعودية، تونس، اليمن وموريتانيا، وفيما يلي سوف نعرض نتائج الدول موضوع الدراسة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة خلال السنوات 2015، 2017 و2019.

الجدول رقم(4-15): ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة خلال السنوات 2015، 2017 و2019.

الدول	2015	2017	2019
الجزائر	123	118	116
المغرب	62	65	66
الإمارات العربية المتحدة	24	29	33
تركيا	44	44	43

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على تقارير تنافسية السفر والسياحة العالمي للسنوات 2015، 2017 و2019.

يتبين من الجدول، أن الإمارات العربية المتحدة تتبوأ مراكز متقدمة في مجموعة الدول محل الدراسة في كل السنوات وهي بذلك تتصدر قائمة الدول العربية، حيث احتلت المرتبة 33 حسب تقرير سنة 2019، ثم تلتها تركيا في المرتبة 43 ثم تلتها المغرب في المرتبة 66، حيث جاء المغرب في المرتبة السادسة بعد كل من الإمارات العربية المتحدة، قطر، عمان، البحرين ومصر، ومن الملاحظ أن المغرب تراجع في الترتيب حيث كان في المرتبة الرابعة ضمن قائمة الدول العربية حسب تقرير سنة 2015، أما عن الجزائر فقد كانت في المرتبة 116 حسب تقرير 2019، ولكن من الملاحظ أنها تقدمت في الترتيب مقارنة بسنة 2015 و2017

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

ولكنها تبقى في ذيل القائمة في المرتبة 12 من مجموع 14 دولة عربية، حيث تأتي بعدها كل من موريتانيا واليمن.

وفيما يلي سوف نتطرق إلى ترتيب الجزائر والدول محل الدراسة في المؤشرات الرئيسية والمؤشرات الفرعية حسب تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019.

الجدول رقم (4-16): ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الأول: البيئة التمكينية حسب تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019

المؤشر الرئيسي الأول: البيئة التمكينية						الدولة
جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية وسوق العمل	الصحة والنظافة	الأمن والسلامة	بيئة العمل	نتيجة المؤشر ككل	
89	102	76	53	118	80	الجزائر
72	99	97	28	38	71	المغرب
4	26	66	7	9	17	الإمارات العربية المتحدة
71	97	65	125	71	82	تركيا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019.

نلاحظ من خلال الترتيب الوارد في الجدول السابق أن الجزائر جاءت في المرتبة 80 في مؤشر البيئة التمكينية وتلتها تركيا في المرتبة 82 والتي حققت نتائج متوسطة على مستوى كل المؤشرات الفرعية ماعدا مؤشر الأمن والسلامة حيث جاءت في المرتبة 125 عالميا وذلك يرجع إلى وجود العديد من التحديات المتعلقة بالسلامة والأمن.

في حين تحصلت المغرب على المرتبة 71 في مؤشر البيئة التمكينية، حيث تبوأ المرتبة 28 في مؤشر الأمن والسلامة وصنفت ضمن البلدان الأكثر أمانا في العالم بالنسبة للسياح، أما الإمارات العربية المتحدة فحصلت على المرتبة 17 فهي تتمتع بأفضل بيئة تمكينية في المنطقة، حيث يرجع هذا الأداء إلى تمتع الإمارات العربية المتحدة باقتصاد متطور وبيئة تجارية قوية، أما من حيث الترتيب في المؤشرات الفرعية فقد تفوقت دولة الإمارات العربية المتحدة في أغلب المؤشرات الفرعية حيث تكتسب بيئة أعمال جيدة وسوق العمل والموارد البشرية ممتاز وشروط السلامة والأمن وتكتسب جاهزية كبيرة لتكنولوجيا المعلومات حيث حققت قفزة نوعية في هذا المؤشر الفرعي من المرتبة 15 (حسب تقرير 2017) إلى المرتبة الرابعة (حسب

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

تقرير (2019) وبالتالي يمكن القول بأن الإمارات لديها ظروف ملائمة للاستثمار والنمو في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في حين أن الجزائر تفوقت على تركيا في مؤشر الأمن والسلامة وتفوقت على المغرب في مؤشر الصحة والنظافة أما المؤشرات الأخرى فقد كانت في آخر الترتيب، وحسب هذا التقرير فإن الجزائر تعتبر الأكثر تحسنا في مؤشر الصحة والنظافة ضمن قائمة دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. الجدول رقم(4-17): ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الثاني: مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة

المؤشر الرئيسي الثاني: مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة					الدولة
الاستدامة البيئية	تنافسية الأسعار	الانفتاح الدولي	أولوية السفر والسياحة	نتيجة المؤشر ككل	
133	8	139	132	134	الجزائر
44	46	80	26	47	المغرب
41	64	83	71	73	الإمارات العربية المتحدة
126	48	52	39	56	تركيا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الجزائر تركزت في أواخر الترتيب عالميا، حيث حصلت على المرتبة 134 من مجموع 140 دولة، أما المغرب تحصلت على المرتبة 47 حيث حققت المملكة المغربية المرتبة 26 في مؤشر أولوية السفر والسياحة وهذا يعكس مدى اهتمام السلطات المغربية بتطوير القطاع السياحي باعتباره مصدر للدخل الوطني.

في حين احتلت تركيا المرتبة 56 في مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة، أما الإمارات العربية المتحدة فتحصلت على المرتبة 73.

وعن الترتيب المتأخر للجزائر في مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة فيرجع إلى ضعف نتائج المتغيرات المكونة لهذا المؤشر وخاصة ما تعلق بالانفتاح الدولي وأولوية السفر والسياحة أين تركزت من ضمن المراكز الأخيرة، حيث يعتبر قطاع السياحة والسفر من بين القطاعات التي لم تلق أهمية وأولوية من قبل الحكومة الجزائرية، ومن جهة أخرى تعد الجزائر واحدة من أكثر الدول تنافسية (الأسعار) في العالم حيث احتلت المرتبة الثامنة عالميا، وهذا راجع إلى انخفاض أسعار الوقود في الجزائر، وانخفاض

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

تكاليف المعيشة وانخفاض أسعار الفنادق والخدمات، مما ساعد على توفير قدرة شرائية أكبر للسياح والزائرين الأجانب وخاصة مع تدهور قيمة العملة الوطنية.

الجدول رقم(4-18): ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الثالث: البنية التحتية

المؤشر الرئيسي الثالث: البنية التحتية				الدولة
البنية التحتية للخدمات السياحية	البنية التحتية للنقل البري والبحري	البنية التحتية للنقل الجوي	نتيجة المؤشر ككل	
136	90	99	115	الجزائر
78	61	58	69	المغرب
22	31	4	13	الإمارات العربية المتحدة
37	56	20	38	تركيا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ بأن الجزائر تعاني ضعفا ملحوظا في كافة المؤشرات الخاصة بالبنية التحتية (البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري والبنية التحتية للخدمات السياحية)، وعن البنية التحتية للخدمات السياحة فقد جاءت الجزائر في ذيل الترتيب العالمي حيث تمركزت في المرتبة 136 من أصل 140 دولة.

أما عن دولة الإمارات العربية المتحدة فإن أكبر ميزة يتميز بها هذا البلد هي بنيتها التحتية فجاءت في المرتبة 13 عالميا في مؤشر البنية التحتية، حيث تمكنت الإمارات العربية المتحدة من استخدام ثروتها من الموارد الطبيعية وموقعها الجغرافي المركزي واستقرارها الأمني لتطوير بنية تحتية عالمية المستوى في مجال النقل والإمداد بالمطارات والموانئ والطرق والخدمات السياحية عالية الجودة، كما تضم العديد من شركات الطيران الرائدة في العالم حيث تحصلت على المرتبة الرابعة عالميا في البنية التحتية للنقل الجوي بفضل جودة البنية التحتية للنقل الجوي والقدرة العالية لخطوط الطيران ووجود العديد من شركات الطيران، حيث سمح لها موقعها المركزي بين أوروبا وآسيا، وبيئة الأعمال القوية والاستثمارات الحكومية، بأن تتحول إلى مركز عالمي رئيسي للطيران، كما تفتخر دولة الإمارات العربية المتحدة بطرق عالية الجودة (المرتبة 9) والموانئ (المرتبة 9) وبنية تحتية محسنة للخدمات السياحية حيث قفزت من المرتبة 27 حسب تقرير سنة 2017 إلى المرتبة 22 حسب تقرير سنة 2019 وهذا بفضل كثافة الفنادق الجيدة كما أن الإمارات العربية المتحدة تجذب السياح من رجال الأعمال وتشجع اجتماعات المؤسسات الدولية.

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

وجاءت تركيا في المرتبة 38 في مؤشر البنية التحتية وتحصلت على المرتبة 20 في المؤشر الفرعي المتعلق بالبنية التحتية للنقل الجوي والمرتبة 56 في مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري، كما تحصلت على المرتبة 37 في مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية، وهذا بفضل جهود الحكومة التركية في توفير بنية تحتية متطورة مع إشراك القطاع الخاص في ذلك.

الجدول رقم (4-19): ترتيب الدول محل الدراسة في المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية

المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية			الدولة
الموارد الثقافية	الموارد الطبيعية	نتيجة المؤشر ككل	
51	126	90	الجزائر
47	63	54	المغرب
45	103	73	الإمارات العربية المتحدة
17	77	27	تركيا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على تقرير تنافسية السفر والسياحة لسنة 2019.

من خلال معطيات الجدول أعلاه، نلاحظ بأن تركيا تصدر الدول محل الدراسة في مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، حيث تضم تركيا 15 موقعا ضمن قائمة اليونسكو للتراث العالمي وهذا جعلها تتموقع ضمن المرتبة 17 عالميا فيما يتعلق بالموارد الثقافية والتي تعتبر من بين أهم المصادر الرئيسية لنجاح تركيا كوجهة سياحية حيث أن هناك عدد كبير من السياح الأجانب الذين تجذبهم هذه الأصول والموارد الثقافية سنويا ، وتليها الإمارات العربية المتحدة والتي حققت نتائج جيدة نسبيا فيما يتعلق بالموارد الثقافية حيث تموقعت في المرتبة 45 حيث أن الدولة تمتلك الكثير من عادات التراث اللامادي، ولكنها احتلت مرتبة متأخرة في الموارد الطبيعية وذلك يرجع أساسا إلى عدم وجود مواقع للتراث العالمي الطبيعي ونقص نسبي في الحياة البرية في الإمارات العربية المتحدة، أما المغرب فقد احتلت المرتبة 47 في مؤشر الموارد الثقافية، حيث تضم 9 مواقع مسجلة في التراث العالمي، كما يحتل المغرب المرتبة 63 عالميا بفضل الموارد الطبيعية التي تتوفر عليها البلد. أما عن الجزائر فقد احتلت المرتبة 90 ضمن مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية، حيث احتلت المرتبة 51 في المؤشر الفرعي المتعلق بالموارد الثقافية، باعتبار أنها تمتلك 7 مواقع مصنفة في التراث العالمي، ولزيادة تنافسية الموارد الطبيعية والثقافية المتواجدة في الجزائر يتوجب على السلطات الوصية تسجيل العديد منها- ذات

الفصل الرابع: تحليل المؤشرات السياحية للجزائر

البعء العالمى - فى منظمء الئونسكو، حىء بلع عءء المواقع المقترحة منذ عام 2002 ما يقارب الستة منها قباب واءى سوف والفقارات فى منطقة واءى موزاب.¹

أما عن مؤشر الموارء الطبعىة فقد اءءلء الجزائر المرءبة 126 وهى مرءبة متأخرة، وهذا يعوء لحالة التءهور الذى تشهدء الكءىر من المواقع الطبعىة وانتشار التلوء البىئى وعءم ووء مواقع طبعىة مسجلة ضمن التراث العالمى وقلة الحمىاء الطبعىة فى البلاد مقارنة بالشروات الطبعىة التى تمءلكها البلاد.

¹ بوراوى ساعء، عىسانى عامر، تقىىم تنافسىة قطاع السفر والسىاحة فى بلدان المغرب العربى، مجلة العلوم الإنسانىة، جامعة بسكرة، العءء 40، 2015، ص 81.

خلاصة:

تبين لنا من خلال هذا الفصل أن أداء القطاع السياحي في الجزائر لم يرقى إلى المستوى المطلوب، فعلى صعيد مؤشر التدفقات البشرية قدر عدد السياح الذين زاروا الجزائر في سنة 2018 بـ 2657113 سائح بزيادة تقدر بـ 8.42% مقارنة بسنة 2017 مع زيادة دخول الأجانب بمعدل 18.17% مقارنة بسنة 2017، ويعود الانخفاض في دخول الجزائريين المقيمين بالخارج ابتداء من سنة 2014 الى اختيار هذه الشريحة لوجهات سياحية منافسة، وفي المقابل بلغ عدد الليالي السياحية لغير المقيمين في سنة 2018 حوالي 1525358 ليلة سياحية وهذا مؤشر جيد يعبر عن تحسن صورة الجزائر في الخارج، أما بالنسبة لعدد الليالي السياحي للمقيمين في نفس السنة فقد شهدت انخفاضا مقارنة بسنة 2017 حيث بلغت 6010676 ليلة سياحية وهذا الانخفاض يعود أساسا إلى ضعف التدفقات السياحية للسياح المقيمين.

كما لاحظنا أيضا استمرار العجز في رصيد الميزان السياحي خلال فترة الدراسة، حيث حقق أعلى قيمة سلبية له في سنة 2017 بـ 439.5 مليون دولار وهذا يرجع إلى زيادة وتيرة السياحة العكسية مما نتج عنه انخفاض في قيمة الإيرادات السياحية و في المقابل الزيادة في حجم النفقات السياحية.

وهذا التأخر الذي شهده القطاع السياحي والذي أثر على المؤشرات السياحية للجزائر راجع للعديد من العراقيل والمعوقات التي لازالت تقف أمام المستثمرين والسياح والتي أدت إلى تشويه مناخ الاستثمار السياحي، ولدعم القطاع السياحي وإعطائه دفعة قوية قامت الحكومة الجزائرية برسم إستراتيجية سياحية في سنة 2008 وهي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي يعبر عن الإستراتيجية السياحية الجديدة للدولة، ومن خلال دراستنا التقييمية لنتائج هذا المخطط تبين أنه حقق نتائج مرضية خاصة فيما يتعلق بالحظيرة الفندقية ولكن شهد تأخر كبير على مستوى إنجاز الأقطاب السياحية وكذا تهيئة المناطق والمواقع السياحية بصفة نهائية، ولذلك يتوجب على الدولة العمل على تحسين المؤشرات السياحية لتكون عاملا مساعدا على تحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

وفي الأخير ومن خلال دراستنا لترتيب الجزائر والدول محل الدراسة ضمن مؤشر تنافسية السفر والسياحة لعام 2019، لاحظنا أن هناك تفاوت في ترتيب هذه الدول، حيث جاءت الإمارات العربية المتحدة الأولى عربيا وفي المرتبة 33 عالميا، أما تركيا فاحتلت المرتبة 43 عالميا والمغرب المرتبة 66 عالميا، أما بالنسبة للجزائر فاحتلت المرتبة 12 عربيا المرتبة 116 عالميا بحيث تقدمت بمرتبتين حسب نفس التقرير لعام 2017.

خاتمة

استنادا إلى ما تم التطرق إليه في هذه الدراسة، فإن السياحة تعتبر في الاقتصاديات المعاصرة من بين القطاعات الاقتصادية الهامة ومحركا رئيسيا من محركات التنمية في الاقتصاد العالمي، حيث ساهمت السياحة ولا تزال تساهم بشكل كبير في التأثير على اقتصاديات العديد من الدول وفي مجالات مختلفة، فعلى المستوى الاقتصادي مثلا يمكن أن يساهم القطاع السياحي في تطوير الناتج المحلي الإجمالي وزيادة حجم الاستثمارات وكذلك زيادة الدخل الوطني وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، فقد أشار المجلس العالمي للسفر والسياحة World Travel and Tourism Council في إحصائياته لسنة 2016، أن قطاع السياحة ساهم في مداخيل الاقتصاد العالمي بنسبة 10.2% وهو ما يقابل 7.6 ترليون دولار أمريكي، كما ساهم في تشغيل 292 مليون فرد، أما على المستوى الاجتماعي فهو قادر على وضع حد للارتفاع في معدل البطالة، كما أنه يساهم في تدعيم أواصر السلام والاستقرار في العالم لما يتيحه من تبادل للثقافات والتعرف على عادات وتقاليد الشعوب، هذا إضافة إلى العديد من المؤشرات الأخرى التي تبرز دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

لهذا اهتمت العديد من الدول على ترقية وتطوير الاستثمار السياحي، فالاستثمار السياحي هو تلك العملية التي تسمح بتوفير وتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في قطاع السياحة من أجل تكوين رأس المال المادي لتحسين وتطوير مكونات المنتج السياحي وكذا إعداد رأس المال البشري لتقديم أفضل الخدمات وجودة عالية، كما يعتبر التنمية التي تلي جميع احتياجات السياح والمحافظة على بيئة المواقع السياحية وحمايتها من التدهور إلى جانب حماية وتوفير الفرص التطويرية للمستقبل، وتهدف التنمية الاستثمارية إلى تحقيق إدارة ناجحة وملائمة للموارد الطبيعية بحيث تحقق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية.

والاستثمار السياحي يبحث عن تلك المواقع أو الحدود المكانية الأكثر جذبا من حيث مختلف العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية إضافة إلى عوامل أخرى، وتلك المواقع التي تقدم كذلك تحفيزات وتسهيلات ومساندة للمستثمر من بداية مشروعه السياحي إلى غاية بداية نشاطه واستقراره في ذلك البلد، وهذا ما يطلق عليه اسم مناخ الاستثمار السياحي، حيث أصبحت الدول السياحية تركز أكثر على توفير مناخ استثماري ملائم وجذاب حتى يتسنى لنا جلب أكبر حجم من الاستثمارات السياحية واستقطاب عدد كبير من السياح من أجل تحسين مؤشرات السياحة.

وفي إطار تحليلنا وتقييمنا لمناخ الاستثمار السياحي من خلال دراسة بعض الدول السياحية (الإمارات العربية المتحدة والمغرب وتركيا)، فإنه يمكننا القول بأن مناخ الاستثمار السياحي في هذه الدول يعتبر مناخ محفز بحيث ساهم في تطوير اقتصادياتها وفي تحسين مؤشرات السياحة، حيث أن هذه الدول أعطت أهمية كبيرة لمناخها الاستثماري وجعلته أكثر جاذبية، لأن القطاع السياحي يعتبر من بين القطاعات الإستراتيجية

في اقتصادها الوطني مقارنة بالجزائر، هذه الأخيرة التي تحتاج إلى تحسين بيئتها الاستثمارية من أجل استغلال الإمكانيات الطبيعية والسياحية التي تمتلكها، فعلى الرغم من سعي الحكومة الجزائرية إلى خلق بيئة استثمارية ملائمة من خلال وضع مخطط وطني للتهيئة السياحية آفاق 2030 لمساعدة المستثمرين وتقديم تسهيلات وتدابير ومرافقة، وتهدف من خلاله أيضا إلى تطوير المنتج السياحي وجعله أكثر تنوعا وتحسين الصورة السياحية للجزائر في الخارج لزيادة إقبال السياح والمستثمرين الأجانب، إلا أن الواقع أثبت تأخر كبير في انطلاق وإنجاز المشاريع الاستثمارية نتيجة وجود العديد من العراقيل والصعوبات، وعلى ضوء ما سبق فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

أولا- نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال الدراسة والتحليل للموضوع، تمكنا من التوصل إلى النتائج التالية:

(1) الفرضية الأولى: يعتبر الاستثمار السياحي من بين أهم الأسس التي تبنى عليها التنمية السياحية من أجل بناء صناعة سياحية ناجحة، فالعملية الاستثمارية تسمح باستغلال المقومات السياحية للبلد وخلق مصادر متعددة تستخدم في صناعة السياحة، حيث أن هذه المقومات لا يمكن استغلالها بدون استثمار سياحي مخطط له، ومن أجل تطوير القطاع السياحي وجب على الدولة تهيئة مناخ استثماري ملائم من أجل جذب المزيد من الاستثمارات السياحية وفتح المجال أمام القطاع الخاص، ويترتب عن النشاط السياحي آثار عديدة تتمثل في مساهمته الفعالة في زيادة الدخل الوطني ومعدلات النمو بصفته قطاعا اقتصاديا حيويا، ويساهم في تطوير باقي القطاعات الاقتصادية كقطاع النقل والاتصالات والصناعات التقليدية بالإضافة إلى أن له دور كبير في دعم البنية التحتية للاقتصاد وتحقيق التوازن بين مختلف أقاليم الدولة مع توفير فرص وظيفية كثيرة، إلا أن كل الإيجابيات يمكن أن تتحول إلى سلبيات إذا لم يتم إدارة النشاط السياحي بشكل سليم، وعليه نؤكد صحة هذه الفرضية.

(2) الفرضية الثانية: مناخ الاستثمار السياحي في كل من الإمارات العربية المتحدة والمغرب وتركيا يعتبر مناخ جذاب بحيث ساهم بشكل واضح في تحسين مؤشرات السياحة الوطنية لهذه الدول، حيث شهدت زيادة في أعداد السياح من سنة إلى أخرى، ورغم تعرضها لبعض المشاكل إلا أنها استطاعت تخطيطها بفضل سياساتها المحكمة مثل التهديدات الأمنية التي تعرضت لها تركيا والتي أثرت سلبا على أعداد السياح الوافدين إليها حيث بلغ عدد السياح في سنة 2016 حوالي 30 مليون سائح بينما كان عدد السياح في سنة 2015 حوالي 41 مليون سائح، وزيادة عدد السياح ينعكس بالإيجاب على ارتفاع الإيرادات السياحية، حيث قدرت ب 26.2 مليار دولار في سنة 2017، أما بالنسبة للإمارات العربية المتحدة فقد استطاعت هي أيضا استقطاب السياح من مختلف أقطار العالم وذلك لحرصها

الكبير على تطوير هياكل البنية التحتية وإقامة مرافق تلبى احتياجات السياح الأجانب إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقى ومختلف القطاعات المساندة كالنقل والمواصلات، فضلا عن توجه الدولة نحو إقامة الفعاليات والمهرجانات وصارت أبو ظبي رابع أكبر وجهة سياحية في العالم منافسة في ذلك مدن سياحية عريقة، كما صنفت الدولة في التقارير الدولية من بين الدول الأكثر استثمارا في صناعة السياحة بالمنطقة والعالم حيث بلغ حجم الاستثمارات السياحية بها في عام 2017 ما قيمته 25 مليار أي ما يعادل 8% من الاستثمارات الواردة، كما استطاعت في سنة 2017 استقطاب 15.7 مليون سائح أي بمعدل تغير قدره 6.2% بالنسبة لسنة 2016، فالارتفاع المستمر لعدد السياح الوافدين إلى الإمارات العربية المتحدة أدى إلى زيادة حصيلة الإيرادات السياحية خاصة خلال السنوات الأخيرة لتصل إلى أكثر من 21 مليار دولار في سنة 2018، وبالنسبة لدولة المغرب فهي كذلك كان لها نصيب من السياحة الدولية حيث استطاعت استقطاب أكثر من 12 مليون سائح في سنة 2018 ووصلت إيراداتها السياحية سنة 2018 ما قيمته 9.523 مليار دولار أمريكي، وعليه نؤكد صحة هذه الفرضية.

(3) الفرضية الثالثة: تمتلك الجزائر الكثير من المقومات الطبيعية والتاريخية والعديد من الإمكانيات السياحية إلا أن مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ضئيل جدا، ويعود ذلك إلى اعتماد الجزائر بشكل كلي على الإيرادات النفطية وجعلت منه قطاعا استراتيجيا دون العمل على سياسة التنوع الاقتصادي والرفع من إمكانيات القطاع السياحي لتظهر ثماره في المستقبل، بالإضافة إلى تشوه صورة الجزائر في الخارج بعد مرورها بالأزمة الأمنية خلال سنوات التسعينيات، وبالتالي فإن الجزائر لم تستفد من الآثار الايجابية لهذا القطاع إلا بنسب ضئيلة جدا، كما أن مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر لم يساهم بشكل كبير في تحسين مؤشرات السياحة الوطنية، وعليه نؤكد صحة هذه الفرضية.

(4) الفرضية الرابعة: تتشكل هذه الفرضية من جزئين؛ الجزء الأول: يفترض أن الجزائر قامت بوضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحة آفاق 2030 والذي يعتبر إطارا مرجعيا للسياسة السياحية ويرسم خطة طويلة المدى من أجل دعم مكانة الجزائر لتصبح وجهة سياحية عالمية وهذا من خلال دعم الاستثمار السياحي وتحسين جودة العرض السياحي، ولتحقيق أهداف هذا المخطط تم التركيز على خمس حركيات أساسية، ووضع هذا المخطط مجموعة من الآليات من بينها: مساعدة المستثمرين في الحصول على العقار السياحي، تقديم الدعم المالي، تقديم التحفيزات الضريبية والجمركية.. الخ، وعليه نؤكد صحة الجزء الأول من الفرضية، أما الجزء الثاني من الفرضية، الذي يرى أن المخطط ساهم بشكل كبير في القضاء على الصعوبات التي كانت تمثل عائقا أمام المستثمرين، فيمكن القول أن هذا المخطط حقق

نتائج مرضية على مستوى الحظيرة الفندقية وعدد الوظائف المحققة على مستوى الأقطاب السياحية فقط ولكن كان هناك تأخر كبير في تحقيق أهدافه وتأخر فيما يخص تهيئة مناطق التوسع السياحي، كما أنه لم يتم تقديم دراسة تقييمية واضحة ومفصلة عن درجة التقدم التي وصل إليها، وهناك العديد من العراقيل لا زالت تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب من أجل تجسيد مشاريعهم، فبالإضافة إلى نقص التمويل اللازم وعدم فعالية الجهاز المصرفي، نجد العراقيل البيروقراطية وقلة الوعي لدى المستثمرين بالإضافة إلى عراقيل أخرى ساهمت إلى حد كبير في تأخر إنجاز المشاريع السياحية، وعليه ننفي الجزء الثاني من هذه الفرضية.

ثانياً- نتائج الدراسة:

- لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:
- مناخ الاستثمار السياحي هو جزء من مناخ الاستثمار العام، هذا يجعل من تحسين المناخ الاستثماري بشكل عام بمختلف مكوناته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية أولوية مهمة يجب على الدولة الحرص عليها قبل البدء في تقديم أية امتيازات وحوافز للمستثمرين في القطاع السياحي، لأن المستثمر وخاصة المستثمر الأجنبي يعطي عناية خاصة للمناخ العام للدولة قبل القيام بتوطين استثماراته.
 - إن مناخ الاستثمار السياحي لا يتوقف فقط على مجموعة التسهيلات والتحفيزات التي تقدمها الحكومة للمستثمرين وإنما يتعدى إلى مجمل الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والتشريعية والإدارية والتي تشكل المحيط العام الذي تجري فيه العملية الاستثمارية، ومنه يمكن أن يكون هذا المناخ إما جاذب للاستثمار وإما طارد له، وبالتالي فإن أي مستثمر يقوم بفحص الشروط العامة للمناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي لدولة معينة قبل أن يقوم بتحويل أمواله للاستثمار فيها، حتى يطمئن بأن أمواله ومشروعه في بيئة آمنة ويتأكد بأنه سوف يحقق ما يهدف إليه من أرباح، فالمناخ الاستثماري السياحي لأي دولة هو المرآة العاكسة لنظرة هذه الدولة إلى الاستثمار السياحي والأهمية التي يكتسبها هذا الأخير ضمن سياساتها العامة.
 - لتشجيع الاستثمارات السياحية قامت كل من الإمارات العربية المتحدة، المغرب وتركيا بتوفير بيئة استثمارية جذابة وهذا من خلال الحفاظ على استقرارها السياسي ووضع تشريعات واتفاقيات ثنائية ومتعددة الأطراف تسمح بضمان حقوق المستثمرين، تطوير البنية التحتية وتفعيل دور القطاع الخاص، كما قامت بتشكيل هيئات تشرف على العملية الاستثمارية وتقديم الدعم والمساندة للمستثمرين، وهذا ما انعكس بالإيجاب على مؤشرات السياحة الوطنية.

- ضعف جاذبية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر أدى إلى عزوف الكثير من المستثمرين المحليين والأجانب عن الاستثمار في القطاع السياحي، حيث أن العدد الإجمالي للمشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي في نهاية سنة 2018 بلغ 2210 مشروعاً، منها 1163 مشروعاً لم تنطلق بعد والتي تمثل نسبة 52.62% من المجموع الإجمالي لعدد المشاريع السياحية.
- إن البيئة الاستثمارية غير الجذابة في الجزائر أدت إلى ضعف مؤشرات السياحة الوطنية، حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر في سنة 2017 ما يقارب 2.4 مليون سائح بزيادة تقدر بـ 20.17% مقارنة بسنة 2016 مع زيادة دخول الأجانب بمعدل 29.16% مقارنة بسنة 2016، وفي المقابل فإن عدد السياح المغادرين للجزائر في سنة 2017 قدر بـ 5.05 مليون سائح، ومنه فإن تدفق خروج المقيمين من الجزائر أكبر من دخول السياح إلى الجزائر لذا يمكن القول بأن الجزائر أصبحت مؤخراً بلداً مصدراً للسياح أكثر من كونها بلداً مستقطباً للسياح، أما إذا تكلمنا عن الإيرادات السياحية فقد بلغت في سنة 2017 حوالي 140.5 مليون دولار وهي حصيلة محتشمة إذا ما قارناها مع مثيلاتها من الدول التي تتوفر على إمكانيات سياحية مشابهة لها مثل المغرب.
- تمكنت الجزائر من رفع قدراتها في مؤشر طاقات الإيواء السياحي والتي بلغت حوالي 112264 سرير في أواخر سنة 2018، ولكنها لم تصل إلى التقديرات المبرججة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفق 2015 والمقدرة بـ 159 ألف سرير منها 75 ألف سرير من النوعية الفاخرة.
- تواضع مساهمة قطاع السياحة في الجزائر، ويظهر ذلك جلياً من خلال مايلي:
 - المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2017 بلغت حوالي 610.4 مليار دينار جزائري أي نسبة 3.3% من الناتج المحلي الإجمالي، واحتلت الجزائر المرتبة 54 عالمياً في المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي بما قيمته 5.4 مليار دولار في سنة 2017 وهي قيمة ضئيلة مقارنة بالقيمة المتوسطة العالمية والتي قدرت حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة بـ 21.5 مليار دولار؛
 - مساهمة القطاع السياحي في العمالة المباشرة وغير المباشرة في الجزائر بلغت حوالي 320.100 وظيفة مباشرة في عام 2017 أي بنسبة تقدر بـ 2.8% من إجمالي العمالة، ومنه واحتلت المرتبة 143 عالمياً بنسبة 6.0% في المساهمة الإجمالية للسياحة في إجمالي العمالة وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة المتوسطة في شمال إفريقيا والتي قدرت بـ 9.8% حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة في سنة 2017؛

- إن حجم الاستثمارات في القطاع السياحي قدرت بحوالي 202.5 مليار دينار جزائري سنة 2017، وبلغت نسبة حجم الاستثمار من الناتج المحلي الإجمالي في حدود 2.6% أي ما يقدر بـ: 1.8 مليار دولار أمريكي وهي قيمة منخفضة نوعا ما مقارنة بالقيمة المتوسطة عالميا التي قدرت بـ: 4.8 مليار دولار، وتحتل الجزائر المرتبة 56 عالميا في قيمة الاستثمارات الموجهة نحو القطاع السياحي حسب تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة لعام 2018؛
- تسجيل الميزان السياحي الجزائري عجزا هيكليا مستمرا برصيد سالب خلال الفترة المدروسة، حيث أن المبالغ المنفقة في الخارج أكثر من المبالغ المتحصل عليها من السياح القادمين إلى الجزائر، وعلى العموم فإن ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات المحصلة يعود إلى ضعف المنتج السياحي الجزائري وعدم قدرته على المنافسة.
- بالرغم من القفزة النوعية الذي شهدها قطاع النقل والذي نلمسه من خلال الانجازات الخاصة بشبكة الطرقات والسكك الحديدية والموانئ، إلا أن معظم هذه الانجازات تركز في المناطق الشمالية للبلاد وهذا ما يدعم الحركة السياحية في الشمال دون الجنوب، لكن المناطق الجنوبية للبلاد تعتبر أولى الأماكن التي يقصدها السياح الأجانب بحثا عن الطبيعة والآثار والتاريخ، في حين أن هذه المناطق تفتقد للكثير من خدمات البنية التحتية من طرقات ومطارات مجهزة وسكك حديدية، وبالتالي تبقى إمكانيات قطاع النقل غير كافية من حيث الكمية والنوعية لدعم القطاع السياحي.
- لم يكن أداء القطاع السياحي بالمستوى المطلوب، حيث جاء ترتيب الجزائر في مؤشر تنافسية السفر والسياحي لسنة 2019 متأخرا مقارنة بالدول الثلاث محل الدراسة، وحصلت على المرتبة 116 عالميا من مجموع 140 بلدا والمرتبة 12 عربيا ضمن مجموعة الدول العربية 14.

ثالثا- التوصيات:

- إنطلاقا من النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة يمكننا الخروج بمجموعة من التوصيات والاقتراحات التي تساهم في توفير مناخ ملائم لتشجيع الاستثمار السياحي وجذب السياح من أجل النهوض بالقطاع السياحي:
1. ضرورة السهر على إنجاز المشاريع والأقطاب السياحية المبرمجة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية باعتبارها واحدة من بين الرهانات التي تجعل الجزائر مقصدا سياحيا هاما؛
 2. العمل على الاستفادة من تجارب الدول السياحية التي تعرضنا إليها في هذه الدراسة، فالجزائر تتشابه إلى حد كبير مع المغرب في الكثير من المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية، كما يمكن أن تستفيد من تجربة تركيا في تخطي الأزمات الأمنية باتخاذ تدابير سريعة لاستعادة الصورة السياحية الجيدة عن البلاد، كما

- وأن تركيا بلد إسلامي أدرك كيفية استغلال كل المقومات السياحية لبناء وجهة سياحية عالمية، فتحت المجال أمام القطاع الخاص للاستثمار في البنية التحتية والمشاريع الحساسة كتدشين المطارات مثلا، ويمكن للجزائر أن تستفيد من تجربة الإمارات العربية المتحدة باعتبارها بلد إسلامي فتح أبوابه لأكثر من 180 جنسية من مختلف أنحاء العالم، حيث أدركت الإمارات العربية المتحدة تماما كيفية استغلال هذه الجنسيات لتبني بلدا بيد عاملة ماهرة في كل القطاعات الاقتصادية بما فيها القطاع السياحي وتفتح المجال للشركات المتعددة الجنسيات والتي لها حق تملك المشاريع بنسبة 100% لبناء الأبراج والسلاسل الفندقية العالمية وتجعل من الصحراء أرضا مستقطبة للسياح من كل ربوع العالم.
3. تسريع عملية تهيئة مناطق التوسع السياحي بالشكل الذي يسمح بمنح الامتياز عليها لصالح المستثمرين في أسرع الآجال؛
4. وضع لجان محلية تسهر على تقييم مدى تطبيق وتنفيذ مخططات التهيئة في الولايات المعنية لاحترام البرامج التي جاء بها المخطط للتهيئة السياحية ولتحديد العراقيل والمشاكل حتى يمكن اتخاذ إجراءات تصحيحية؛
5. ضرورة إنشاء مراكز تكوين وتدريب اليد العاملة السياحية وتشجيع البحث العلمي والتكوين المتخصص في الاقتصاد السياحي والسياحة المستدامة عن طريق إبرام اتفاقيات تعاون مع البلدان التي لها خبرة هذا الميدان؛
6. التسويق لوجهة الجزائر والتعريف أكثر بمختلف المقومات السياحية التي تمتلكها البلاد، وإشراك المتخصصين في مجال التواصل الاجتماعي للترويج للسياحة الجزائرية عبر مواقع الكترونية فعالة، بالإضافة إلى تفعيل وسائل الإعلام للترويج لمنتوج الصناعات التقليدية خارجيا حتى يتعرف الأجانب على ثراء المنتج التقليدي للبلاد؛
7. إنعاش السياحة الداخلية كأول خطوة بما فيها كل أنواع السياحة المتاحة في البلاد كالسياحة الجبلية والريفية والحموية من خلال تفعيل دور الوكالات السياحية بتوفير برامج ملائمة لمختلف شرائح المجتمع الجزائري وخاصة شريحة الدخل المتوسط، من أجل امتصاص أكبر عدد ممكن من السياح الجزائريين الذين يغادرون الجزائر إلى البلدان الشقيقة مثل تونس والمغرب، أما الخطوة الثانية فتتمثل في تسهيل دخول السياح الأجانب إلى الجزائر من خلال تسهيل الحصول على التأشيرة الجزائرية وتخفيض الإجراءات الجمركية لحاجيات السياح الأجانب والتي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال والاستمتاع بالرحلة داخل الوطن؛

8. ضرورة العمل على تنويع في مجالات الاستثمار السياحي من إطعام، نقل سياحي، دور الضيافة، الترفيه ولا يقتصر على أماكن الإيواء فقط؛
 9. الحفاظ على أمن واستقرار البلاد، فلا يمكن للنشاط السياحي أن يزدهر بدون توافر عوامل الأمن والاستقرار؛
 10. محاربة الفساد والبيروقراطية وإتاحة المعلومات اللازمة للمستثمرين لتنفيذ مشاريعهم بكل سهولة؛
 11. العمل على نشر الثقافة السياحية لدى المواطن الجزائري عن طريق الندوات والملتقيات ووسائل الإعلام مما يساعد على إعطاء صورة سياحية دولية للجزائر؛
- رابعا- آفاق الدراسة:

يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تشكل مواضيع بحثية في المستقبل كما يلي:

1. دراسة تقييمية لنتائج مخطط التهيئة السياحية ودوره في دعم الاستثمار السياحي خلال الفترة 2015-2030.
2. دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في تعزيز مقومات الجذب السياحي في الجزائر.
3. رهانات الاستثمار السياحي في الجزائر وتحديات تحقيقه.
4. دور القطاع الخاص في تنمية الاستثمار السياحي - دراسة تجارب ناجحة.

الحمد لله على إتمام هذا العمل

قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. إبراهيم خليل إبراهيم بظاظو، الإدارة البيئية المثلى في تنمية مواقع السياحة البيئية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، مكتبة حمد الرقمية للنشر، القاهرة، مصر، 2014.
2. أبو بكر عوني عطية علي، التخطيط لموارد السياحة الرياضية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2011.
3. أحمد علي هارون، أسس الجغرافيا السياحية، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر، 2000.
4. أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
5. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2007.
6. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
7. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
8. أكرم عاطف رواشده، السياحة البيئية، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
9. إلهام خيضر عباس شبر، نسرين غالي قاسم، الخصخصة والتنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
10. أمينة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
11. أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية دراسة مقارنة، بدون طبعة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، جامعة عين الشمس، مصر، 2004.
12. خالد كواش، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير، الجزائر، 2007.
13. دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي المعوقات والضمانات القانونية، بدون طبعة، مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2006.
14. زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
15. زيد منير، الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2012.

16. سيفان سمير، مقالات في الاقتصاد والإدارة في سوريا، الطبعة الأولى، مطبعة اليازجي دار نشر القرن 21، دمشق، سوريا، 2000.
17. عبد الحسن الحسيني، التنمية البشرية وبناء مجتمع المعرفة قراءة في تجارب الدول العربية وإسرائيل والصين وماليزيا، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، 2008.
18. عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، لبنان، 2003.
19. عبد القدر إبراهيم حماد، ناصر محمود عبد، مدخل إلى جغرافية السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
20. عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي، بدون طبعة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، مصر، 1997.
21. عثمان مُجّد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
22. عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
23. علاء حسين السرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار جريب للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
24. علي لطفي، الاستثمارات العربية ومستقبل التعاون الاقتصادي العربي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2009.
25. كاظم أحمد البطاط، كاظم سعد الاعرجي، البيئة الاستثمارية ودورها في تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر والنمو الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
26. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، بدون طبعة، درا زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996.
27. مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
28. مُجّد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
29. مُجّد الدباغ، الهام خيضر عباس، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
30. مُجّد الصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.

31. مُجَّد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
32. مُجَّد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
33. مروان سكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار قابس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
34. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مجد للمؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003.
35. مصطفى يوسف كافي، إدارة الأزمات السياحية في إطار ضوابط وآليات لتحقيق الأمن السياحي، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2017.
36. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009.
37. مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار مكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
38. معين أمين السيد، إدارة الموارد البشرية في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية، الطبعة الأولى، دار النشر، 2010.
39. منال شوقي عبد المعطى احمد، محاضرات في التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2013.
40. منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
41. منصور الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
42. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
43. نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، بدون طبعة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.
44. نبيل زعل الحوامده، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.

45. النجار سعيد، نحو إستراتيجية قومية للإصلاح الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1991.
46. نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
47. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
48. هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
49. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006.
- الأطروحات والمذكرات:**
50. أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية، أطروحة دكتوراه، جامعة قلمة، 2016/2015.
51. أسماء سفاري، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية لدول المغرب العربي: الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة أم البواقي، الجزائر.
52. بقبنيش عثمان، دور التشريعات الوطنية في ترقية ودمج الاقتصاد السياحي في الاقتصاد العالمي، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، الجزائر، 2017/2016.
53. بليل فدوى، دور التحفيزات الجبائية في جلب الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2011.
54. بن سهلة ثاني توفيق، اثر المنظومة البنكية في الجزائر على ترقية الاستثمار في القطاع السياحي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية بجامعة تلمسان، الجزائر، 2015.
55. بن لخضر السعيد، أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، أطروحة دكتوراه، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018/2017.
56. حري المخطارية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2017/2016.
57. دحماني سامية، اثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2000-2015، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2016/2015.
58. زيان بروجة علي، واقع وأهمية التنافسية السياحية للدول العربية في ظل التحديات المعاصرة-دراسة حالات، أطروحة دكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2017/2016.

59. ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2016/2017.
60. سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس - إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة بومرداس، الجزائر، 2014/2015.
61. شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014/2015.
62. صالح صغير العامري، الإصلاح السياسي في دولة الإمارات العربية المتحدة ودوره في التغيير السياسي من 1991-2010، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
63. صالح موهوب، تطور السياحة في الجزائر في ظل المعطيات السياحية الدولية الجديدة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014/2015.
64. صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2010/2011.
65. صورية مساني، الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014، أطروحة دكتوراه، جامعة سطيف، 2017/2018.
66. ضبع عامر، المشاركة السياسية كأداة لترشيد الحكم من منظور أداء النظام السياسي دراسة حالة تركيا والجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2015/2016.
67. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2009/2010.
68. عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجيات السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013.
69. علي دحمان مُجد، تقييم مدى فعالية الإنفاق العام على مستوى القطاع الصحي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2016/2017.
70. القنيعي عز الدين ، أثر السياسة الاستثمارية على التشغيل في الجزائر في آفاق 2017، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف، الجزائر، 2012 .
71. كريمة فرحي، أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية مع دراسة مقارنة بين الصين، تركيا، مصر والجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012/2013.

72. كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004/2003.
73. مُجَّد إسلام مالكي، واقع الاستثمار السياحي في الجزائر والإجراءات المتخذة لتطويره، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2016/2015.
74. مُجَّد يونس، سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني والأجنبي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2016/2015.
75. مروان صحراوي، تقييم مساهمة عناصر المزيج التسويقي في اختيار الوجهة السياحية - حالة السياحة الحموية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، الجزائر، 2017.
76. موسى كاسحي، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الوطن العربي حالة الجزائر مصر ومنطقة الخليج العربي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية بجامعة قسنطينة، الجزائر، 2015.
77. نادي مفيدة، انعكاسات الجغرافية السياحية على التنمية الاقتصادية باستخدام معطيات بانل، رسالة ماجستير، جامعة الشلف، 2012/2011.
78. وزاني مُجَّد، السياحة المستدامة: واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011/2010.
79. وليد دوزي، أثر المجموعة العرقية الكردية على أزمة الهوية الوطنية في تركيا، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2017/2016.

المجلات والدوريات:

80. إبراهيم أحمد سعيد، فاتن فريد مُجَّد، مقومات الاستثمار السياحي في محافظة اللاذقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، العدد 2، 2016.
81. إبراهيم سعد الشاكر فزاني، الأمن السياحي ودوره في الجذب السياحي، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، جامعة البليدة، العدد العاشر، 2017.
82. أحمد نصير، سليمان زواري فرحات، تحليل وتقييم استراتيجية التنمية المحلية في الدول الناشئة حالة تركيا للفترة 2002-2015، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميلة، العدد الرابع، 2016.
83. أوسير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتحية، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 07، 2009.
84. بن مويزة مسعود، دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية بالإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الرافد، العدد 3، الأردن، 2018.

85. بوراوي ساعد، عيساني عامر، تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 40، 2015.
86. بولحية الطيب، الاستثمار السياحي في ولاية جيجل مجالاته وآليات تطويره، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة، الجزائر، العدد 9، 2016.
87. بولرباح غريب، العوامل المحفزة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وطرق تقييمها دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 10، 2012.
88. الحبيب استاتي زين الدين، الممارسة الاحتجاجية بالمغرب، مجلة عمران، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، العدد 19، 2017.
89. حيدر علوان كاظم، أثر نظم ضمان الاستثمار الأجنبي في النمو الاقتصادي ودور المعلومات المحاسبية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، العراق، العدد 32.
90. دكاني عبد الكريم، معوقات الاستثمار السياحي الأجنبي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتنمراسات، العدد 05، 2018.
91. ريجان الشريف، هوام لمياء، تحليل واقع مناخ الاستثمار في الجزائر وتقويمه، مجلة الأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد 01، 2014.
92. زايري بلقاسم، السياسات المرافقة لنجاح منطقة التبادل الحر بين الاتحاد الأوروبي و الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 03، 2005.
93. زموري كمال، مرداوي كمال، منظومة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في الجزائر: الوضع الراهن واستراتيجيات التطوير، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، العدد الخامس، 2017.
94. سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، الجزائر، العدد 2، 2017.
95. سعدي يحي، تقييم مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر، العدد 31، 2009.
96. سمير بوختالة وآخرون، واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 6، جوان 2017.
97. سي مُجد لخضر، رحال ابتسام، دور البنى التحتية في تفعيل القطاع السياحي، مجلة الاقتصاد الجديد، المركز الجامعي بباتنة، 2017.
98. صحراوي مُجد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، الجزائر، العدد 02، 2018.

99. عبد الحكيم مسكين، خالد لتيتم، دور الوسائط التعليمية والإعلامية في نشر الثقافة السياحية وتشجيع الاستثمار السياحي، جريدة الاقتصاد، المركز الجامعي باتنة، 2017.
100. عبد الله علي قويطن العجلوني، تطور السياحة في الأردن، دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة اربد الأهلية وجامعة جدارا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، 2016.
101. عدلي زهير، سعدي راضية، مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الإمارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 32، 2015.
102. فاطمة فرج سعد، الاستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، العدد 19، 2015.
103. فايدى كمال، قاسي ياسين، مناخ الاستثمار في الدول العربية وأهميته في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة حالة الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد 04، 2015.
104. قتال جمال، بوخاطب ليلي رشيدة، واقع السياسة الإستراتيجية للاستثمار السياحي في الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، العدد 5، 2018.
105. قريشي العيد، واضح فواز، دور الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي في ترقية السياحة الصحراوية بالجزائر، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 1، 2016.
106. كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 01، جامعة الشلف، الجزائر.
107. مرابط أحمد، تحليل محددات قرار توطين الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر على ضوء المتغيرات الاقتصادية المحلية والعالمية الراهنة، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 26، 2017.
108. مزيان فيروز، النموذج التنموي التركي: التكامل بين المفهوم الشامل للتنمية والمفهوم التنموي للعدالة الاجتماعية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة باتنة، العدد 08، 2016.
109. موسى بن منصور، الاستثمار السياحي ضمن برامج ومخططات التنمية السياحية في الجزائر والآثار المترتبة عنها على مؤشرات التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 17، 2017.
110. موفق أحمد، حلا سامي خضير، الاستثمار الأجنبي وأثره في البيئة الاقتصادية نظرة تقويمية لقانون الاستثمار العراقي، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 80، جامعة الموصل، العراق.

111. مولاي لخضر عبد الرزاق، بونوة شعيب، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 07، 2009.
112. وزارة تطوير البنية التحتية، درة الزمان ملحمة وطنية احتفالاً باليوم الوطني 46 لدولة الإمارات، مجلة تشييد، العدد 84، الإمارات العربية المتحدة، 2018.
113. وصاف سعيدي/قويدري مُجّد، واقع مناخ الاستثمار في الجزائر بين الحوافز والمعوقات، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 08، 2008.
- الملتقيات والندوات العلمية:**
114. بن سحنون سمير، خالد ليتيم، فرص التنمية السياحية المستدامة في المشروع النموذجي لأكبر نظام بيئي بحري للمتوسط دراسة حالة الحظيرة الوطنية لتازة جيجل، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014.
115. بوالملح منيرة، بوسعدي الهام، إشكالية تمويل الاستثمار السياحي بالجزائر، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014.
116. سامية فقير وآخرون، آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2030، الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بربكة، يومي 06-07 ديسمبر 2017.
117. صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، المنظم بجامعة باتنة، خلال يومي 26 و 27 افريل 2003.
118. صليحة عشي، وردة شيبان، توفير مناخ الاستثمار السياحي من متطلبات النهوض بالسياحة في الجزائر، الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بربكة، يومي 06-07 ديسمبر 2017.
119. طالب دليلا، عبد الكريم وهراني، السياحة كأحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، المنظم يومي 22-23 نوفمبر 2011.
120. مُجّد العطا عامر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، الندوة العلمية اثر الأعمال الإرهابية على السياحة، مركز الدراسات والبحوث، دمشق، سوريا، 2010.

121. مزريق عاشور، دور المناطق الحرة كشكل من أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية الإقليمية، ورقة بحثية ضمن المنتدى الوطني الأول حول آفاق التنمية الإقليمية والمكانية في الجزائر، جامعة أدرار، 2013.

التقارير والدراسات:

122. TURKEY FAO – AQUASTAT، الري في إقليم الشرق الأوسط بالأرقام، 2008.

123. أحمد ماجد، آليات تعزيز الابتكار بدولة الإمارات العربية المتحدة، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

124. أحمد ماجد، ندى الهاشمي، دراسة اقتصاد الإمارات مؤشرات إيجابية وريادة عالمية، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، 2016.

125. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير المعرفة العربي للعام 2014 الشباب وتوطين المعرفة، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، دار الغرير للطباعة والنشر، دبي، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

126. التقارير المقدمة من الدول الأطراف بموجب المادة 9 من الاتفاقية، الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، الأمم المتحدة، 2009.

127. جارش عادل، أثر المشاكل الأمنية على السياحة والاستثمار السياحي، المركز الديمقراطي العربي، مصر، 2017.

128. الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام-نتائج 2016/2014، نشرة 2017.

129. الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 2017.

130. صندوق النقد العربي، آفاق الاقتصاد العربي، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، سبتمبر 2018.

131. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2017، الكويت.

132. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2018.

133. صندوق النقد العربي، تنافسية الاقتصادات العربية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

134. عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، الاستثمار السياحي في محافظة العلاء، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، المملكة العربية السعودية، 2008.

135. غرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية الفرص والتحديات، قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، السعودية، 2011.

136. فاطمة الصايغ، التحديات ذات الجذور التاريخية التي تواجه دولة الإمارات العربية المتحدة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2007.

137. قسم الدراسات الإستراتيجية، هيكلية نظام الحكم في تركيا وتطوره البنية الداخلية- توجهات السياسة الخارجية، الجناح السياسي، تركيا.
138. لجنة منظمة السياحة العالمية للشرق الأوسط ، تقرير آني حول اتجاهات السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ، مصر، 2018.
139. لويبة آيت حمادوش، تقرير حول الحراك الشعبي في الجزائر: بين الانتقال المفروض والانتقال التعاقدى، مركز الجزيرة للدراسات، 2019/03/19.
140. المجلس الوطني للإعلام، الكتاب السنوي لدولة الإمارات العربية المتحدة، 2016.
141. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، ، أنقرة، تركيا، 2015.
142. مركز الإحصاء، استكشف أبو ظبي من خلال الإحصاء ، أبوظبي، 2015.
143. مصطفى أحمد السيد مكاوي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، العدد 193، 2014.
144. الملحقية الثقافية السعودية بتركيا، الدليل الإرشادي للطالب والباحث السعودي في تركيا، أنقرة، تركيا، 2012.
145. المنظمة العربية للسياحة، تقرير سنة 2015.
146. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاقتصاد العربي مؤشرات الأداء 2000-2018، العدد الفصلي الرابع لسنة 2016.
147. المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الدليل الاقتصادي والاجتماعي، الجزائر، 1989.
148. ندى الهاشمي، الإمارات العربية المتحدة والاقتصادات الرائدة في العالم، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، 2018.
149. الهيئة العامة للسياحة والآثار، الاستثمار السياحي بالمملكة العربية السعودية، المملكة العربية السعودية.
150. الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، جهود ومنجزات الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في مجال تحسين وتطوير بيئة الاستثمار السياحي، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2015.
151. وزارة التجارة والصناعة، دراسة عن العلاقات الاقتصادية التجارية بين مصر وتركيا، جمهورية مصر العربية، بدون سنة.

152. وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك، الأوراش والإصلاحات 2016/2012، المملكة المغربية، 2016.

153. وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك بالأرقام، المملكة المغربية، 2014.

154. وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني ، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2015/2014، المملكة المغربية، 2015.

155. وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني ، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2016/2015، المملكة المغربية، 2016.

156. وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي، المغرب الجامعي 2016/2015، المملكة المغربية، 2016.

157. وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني، تقرير حول التربية الوطنية بالأرقام 2016/ 2017، المملكة المغربية، 2017.

158. وزارة الثقافة، شهر التراث إرث ثمين، استخبار ، ماي 2016.

159. الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات ، التقرير السنوي، المغرب، 2015.

160. الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، التقرير السنوي، المغرب، 2016.

الأوامر والقوانين والمراسيم التنظيمية:

161. المرسوم التنفيذي رقم 83-208 المؤرخ في 11 جمادى الثانية عام 1403 الموافق ل 26 مارس 1983، الذي يحدد إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة بتاريخ 14 جمادى الثانية 1403 الموافق ل 29 مارس 1983.

162. 2003، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11 الصادرة في 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل 19 فيفري 2003.

163. الأمر رقم 01-03 الذي يحدد تطوير الاستثمار، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 47، المؤرخ في 20 أوت 2006.

164. ظهير شريف رقم 49-17-1 الصادر في 30 أوت 2017، بتنفيذ القانون رقم 16-60 المحدثه بموجبه الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات والصادرات، الصادر في الجريدة الرسمية ، العدد 6604، الصادرة بتاريخ 14 سبتمبر 2017.

165. القانون الاتحادي رقم 06 الذي يتعلق بإنشاء مجلس وطني للسياحة والآثار، الصادر بتاريخ 2008/12/14، الصادر بالجريدة الرسمية رقم 488.

166. قانون المالية التكميلي سنة 2009.

167. القانون رقم 02 لسنة 2011، الذي يتعلق بإنشاء هيئة أبو ظبي للسياحة والثقافة.
168. القانون رقم 03-01 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فيفري 2003، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل 19 فيفري 2003 .
169. القانون رقم 03-02 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فيفري 2003، الذي يحدد القواعد العامة للاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة في 18 ذي الحجة 1423 الموافق ل 19 فيفري 2003.
170. القانون رقم 03-03 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فيفري 2003.
171. القانون رقم 08 الصادر بتاريخ 20 فيفري 2018، الذي يتعلق بإنشاء دائرة الثقافة والسياحة.
172. القانون رقم 12-05 المتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي، الصادر في تاريخ 04/09/2012، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 6085، الصادرة بتاريخ 24/09/2012.
173. القانون رقم 15 لسنة 2013 الذي يتعلق بإنشاء مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري، الصادر في الجريدة الرسمية رقم 375، الصادرة بتاريخ 30 جانفي 2014.
174. قانون ميثاق الاستثمار إطار رقم 95-18، الصادر بتاريخ 08/11/1995، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 4335، الصادرة بتاريخ 29/11/1995.
175. القرار رقم 12 لسنة 2017 المتعلق بالأنشطة السياحية في إمارة أبو ظبي.
176. قرار مؤرخ في 20 رمضان 1430 الموافق ل 10 سبتمبر 2009 الذي يحدد شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل المعدة للفندقة، الصادر في الجريدة الرسمية ، عدد 62، الصادرة في 09 ذو القعدة 1430 الموافق ل 28 أكتوبر 2009.
177. المرسوم التنفيذي رقم 88-214 الصادر في الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 2 نوفمبر 1988 الموافق ل 22 ربيع الأول 1409.
178. المرسوم التنفيذي 80-77 المؤرخ في 28 ربيع الثاني 1400 الموافق ل 15 مارس 1980، الذي يحدد إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 12 الصادرة بتاريخ 18 مارس 1980.
179. المرسوم التنفيذي رقم 06-325 المؤرخ في 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2009، الذي يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتجهيزتها، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 58، الصادرة في 27 شعبان 1427 الموافق ل 20 سبتمبر 2006.
180. المرسوم التنفيذي رقم 07-23 المؤرخ في 09 محرم 1428 الموافق ل 18 جانفي 2007، الذي يحدد كيفيات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 08، الصادرة في 12 محرم 1428 الموافق ل 31 جانفي 2007.

181. المرسوم التنفيذي رقم 69-07 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق ل 19 فيفري 2007، الذي يحدد شروط وكيفيات منح حق امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 13 ، الصادرة في 3 صفر 1428 الموافق ل 21 فيفري 2007.
182. المرسوم التنفيذي رقم 98-70 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق ل 21 فيفري 1998، الذي يحدد إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة في تاريخ 10 مارس 1998 الموافق ل 2 ذو القعدة 1418.
183. المرسوم بقانون اتحادي رقم 04 لسنة 2007، المتعلق بإنشاء جهاز الإمارات للاستثمار.

ثانيا: قائمة المراجع باللغة الأجنبية

Ouvrages et Revues:

184. Álvaro Matias, Peter Nijkamp , Manuela Sarmiento , *Advances in Tourism Economics*, Physica-Verlag A Springer Company, New York, 2009.
185. *Indicateurs du Tourisme Durable en Tunisie*, Ministère de l'environnement et du développement durable, république tunisienne, OTEDD, Tunisie, 2010 .
186. Béatrice de la Rochefoucauld, *Economie du Tourisme*, Bréal, oberthur graphique à rennes, 2007 .
187. Ching-Shu Su , Jeou-Shyan Horng, *Recent Developments in Research and Future Directions of Culinary Tourism: A Review*, Published by InTech Janeza Trdine, First published, Croatia , 2012.
188. Erdal.D , Mahmut , *Determinants of foreign direct investment flows to developing countries* , a cross-sectional analysis, prague economic paper , N 4, 2008.
189. <http://books.makktaba.com/2012/01/book-entrance-to-business-of-travel-tourism-agencies.html> consulté le 13/06/2019.
190. <https://www.wttc.org/research/economic-research-economic-impact-analysis> consulté le: 03/01/2018.
191. Huguette Durand , *Economie Politique du Tourisme*, librairie générale de droit et de jurisprudence, paris, France, 1994.

192. Jaime A. Seba, *Ecotourism and Sustainable Tourism new Perspectives and Studies*, Apple Academic Press, New York, 2012.
193. Javier Capó, Elisabeth Valle, *The Macroeconomic Contribution of Tourism*, nova science publishers, new york, 2008.
194. Jean Michel Dewailly . Emile Flament, *Le tourisme géographie*, Sedes. France, Paris, 2000.
195. Maia Lordkipanidze, Yoram Krozer, *Innovations for Tourism In National Parks*, nova science publishers, new york, 2008.
196. MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, *livre01 :dianostique audit du tourisme algérien* , Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Algérie, 2008.
197. MATET, Schéma directeur d'Aménagement Touristique-SDAT 2025, *livre 02:le plan stratégique :le cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaire*, janvier 2008.
198. OCDE, *Politique du Tourisme et Tourisme international dans les pays de L'OCDE 1992-1993*, Etude spéciale « Tourisme et Emploi» , Paris , France, 1995 .
199. Stefan Iskan, Peter Klaus, *Transport logistics and supply chain services in turkey*, UTIKAD, Association of international forwarding and logistics service providers turkey, Istanbul, 2013.
200. William Stephen, *Tourism Geography*,Routledg, First edition. London and New York, 1998.
201. Yves Tinard , *Le tourisme économie et management* , mc graw-hill, France, 1992.

Rapports.

202. Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), *Evaluation de la mise en oeuvre du schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT)*,2019.
203. Agence pour le commerce extérieur, *Exporter aux Émarats Arabes Unis*, 2015.

204. European Commission , *Annual Analyses related to the EU Air transport Market 2016*, 2017.
205. Foreign Market Consulting Ltd, *Tourism Industry In Turkey*, Istanbul, Turkey, 2014.
206. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat , *Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2016*, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, 2016.
207. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat , *Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2015*, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, 2015.
208. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat , *Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2014*, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, 2014.
209. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat , *Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2017*, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques , 2017.
210. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, *Synthèse des flux touristiques en Algérie Année 2018*, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques ,2018.
211. Ministère du tourisme et de l'artisanat, *indicateurs du tourisme algérien Année 2017*, Direction des systèmes d'information et des statistiques, 2017.
212. Ministère du tourisme et de l'artisanat, *quelques indicateurs du tourisme algérien Année 2019* , Direction des systèmes d'information et des statistiques,2019.
213. Ministry of Cultur and Tourism , *Border Statistics 2017*, Republic of Turkey, july 2018.
214. Ministry of Cultur and Tourism , *Accomodation Statistics 2017*, Republic of Turkey, july 2018.
215. Republic of turkey, investment support and promontion Agency, *investing in infrastructure and public private partnership in turkey*, April 2018.
216. The Republic of Turkey Prime Ministry Investment Support and Promotion Agency, *Article 3, law number 5523: law for incorporation of investment support and promotion agency of turkey*.
217. UAE-Interact, *Infrastructure*, December 11, 2007

218. World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness report 2015*.
219. World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness report 2017*.
220. World Economic Forum, *The Travel & Tourism Competitiveness report 2019*.
221. World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights*, Edition 2018.
222. World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact 2016 Algeria*.
223. World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact 2017 Algeria*.
224. World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact 2018 Algeria*.

Sites Internet.

225. www.Andi.dz.
226. https://www.mta.gov.dz.
227. http://www.radioalgerie.dz/chaine1.
228. Source: http://www.mpttn.gov.dz
229. http://www.government.ae
230. http://www.albayan.ae
231. http://www.dubai.ae
232. https://tcaabudhabi.ae
233. http://databank.albankaldawli.org
234. http://almezmaah.com
235. http://www.alnilin.com
236. https://www.amad.ps/ar/details/9123
237. http:// mckd.gov.ae
238. <https://www.eiuperspectives.economist.com>
239. http://ar.wikipedia.org
240. http://www.minculture.gov.ma
241. http://www.makulture.com
242. https://www.sfari.com
243. https://www.sasapost.com
244. http://www.tourisme.gov.ma

245. <http://www.chambrederesrepresentants.ma/sites/default/files/loi/80.14.pdf>.
246. <http://www.invest.gov.ma>.
247. <https://smit.gov.ma>
248. <https://www.villedesale.ma>
249. <http://www.ahewar.org>
250. <https://www.hespress.com>
251. <file:///C:/Users/PC/Downloads/Bilan-METL-AR-2012-2016-vers-web%20.pdf>.
252. <https://ar.wikipedia.org>
253. <http://www.fatihtur.com>
254. <https://turkeyrealestates.net> .
255. <https://www.turkpress>
256. <http://www.minculture.gov.ma>
257. <SA/investmentguide/investorsguide/Pages/SpecialInvestmentZones.aspx>
258. <http://www.infomedia.ma>
259. <https://www.turkey-post.net>
260. <http://www.usc.edu.eg/uploads/12d9f7422d3fbbfacf321c4368431259.pdf>
261. <http://khrtoumspace.uofk.edu>
262. <http://www.invest.gov.tr>
263. <http://www.ons.dz/>
264. www.metroalger-dz.com
265. Mugtama.com•Www
266. <https://midan.aljazeera.net>
267. <https://www.mesrs.dz>
268. <http://media.unwto.org>
269. <http://kenanaonline.com>
270. <https://whc.unesco.org>
271. <http://www.sante.gov.dz>

الملاحق

2/Capacité lits par catégorie (2012-2016)

01 رقم رقتة لل

Années	2012	2013	2014	2015	2016
Hôtel 5*	4 242	4 242	4 242	4 242	6 734
Hôtel4*	1 600	1 600	1 800	1 800	2 810
Hôtel3*	5 775	5 775	5 829	5 829	7 045
Hôtel2*	4 605	4 605	4 605	4 605	4 425
Hôtel 1*	8 407	10 639	10 639	11 295	11 295
Hôtel Sans étoile	6 250	8 406	8 406	8 533	8 533
Résidence 2*	384	384	384	384	384
Résidence 1*	313	313	313	313	313
Motel/Relais 2*	93	93	93	93	93
Motel/Relais 1*	30	30	30	30	30
Auberge 2*	16	16	16	16	16
Auberge 1*	20	20	20	20	20
Villages de vacances 3*			274	274	274
Catégorie unique (Meublé du tourisme)	28	91	91	91	91
Catégorie unique (Pension)	365	426	426	426	426
Autres structure d'établissements hôteliers	6 145	9 381	9 381	9 381	9 381
Catégorie unique (Gîte d'étape)	142	170	170	170	170
Total des établissements classés	38 415	46 191	46 719	47 502	52 040
Etablissements hôteliers en cours de classement	58 483	52 613	52 886	54 742	55 380
Total	96 898	98 804	99 605	102 244	107 420

Source : Direction Plan Qualité

Situation du parc hôtelier national

I/Capacité lits par catégorie

Années	2015	2016	2017	2018
	Hôtel 5*	4 242	6 734	6 734
Hôtel4*	1 800	2 810	4 508	4 746
Hôtel3*	5 829	7 045	5 678	5 886
Hôtel2*	4 605	4 425	4 565	5 185
Hôtel 1*	11 295	11 295	11 335	11 684
Hôtel Sans étoile	8 533	8 533	8 533	8 590
Résidence 2*	384	384	384	384
Résidence 1*	313	313	313	313
Motel/Relais 2*	93	93	93	93
Motel/Relais 1*	30	30	30	30
Auberge 2*	16	16	16	16
Auberge 1*	20	20	20	20
Villages de vacances 3*	274	274	274	274
Catégorie unique (Meublé du tourisme)	91	91	91	91
Catégorie unique (Pension)	426	426	426	426
Autres structure d'établissements hôteliers	9 381	9 381	9 381	9 786
Catégorie unique (Gîte d'étape)	170	170	170	170
Total des établissements classés	47 502	52 040	52 551	54 428
Etablissements hôteliers en cours de classement	54 742	55 380	59 713	64 727
Total	102 244	107 420	112 264	119 155

Source : Direction Plan Qualité

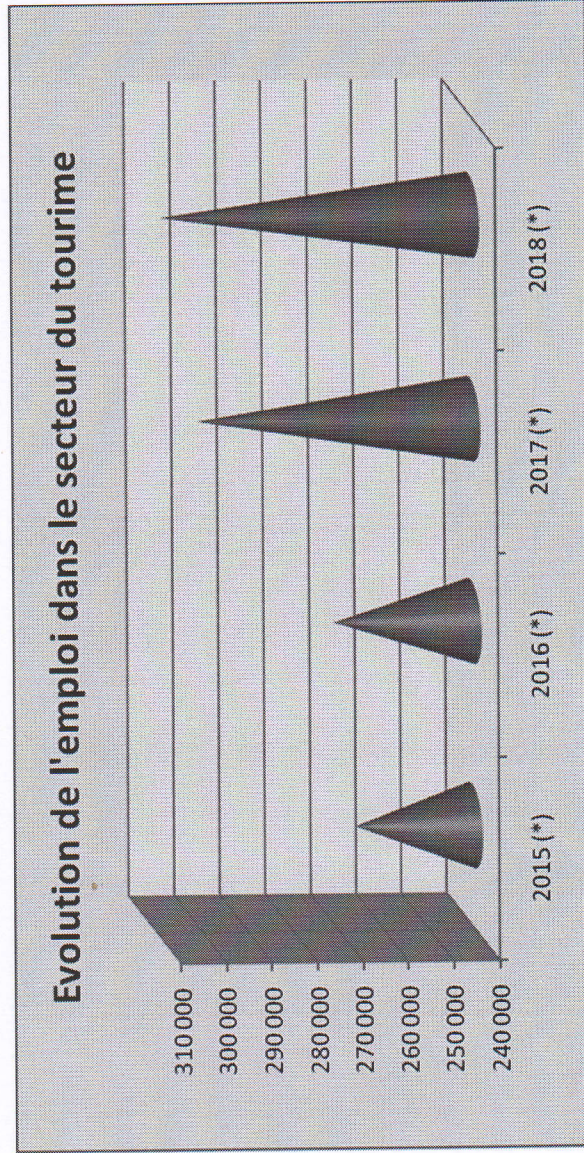


المجلس رقم 03

Nuitées hôtelières

Années	2015	2016	2017	2018
Résidents	6 307 411	6 283 910	6 260 409	6 010 676
Non résidents	839 161	992 611	1 146 061	1 525 358
Total	7 146 572	7 276 521	7 406 470	7 536 034

Source : Directions du tourisme de Wilaya



04 المصروفات

Nuitées hôtelières

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Résidents	5 185 231	5 484 105	5 703 550	5 926 968	6 215 932	6 307 411	6 283 910
Non résidents	754 103	845 367	936 631	994 266	837 812	839 161	992 611
Total	5939334	6329472	6640181	6 921 234	7 053 744	7 146 572	7 276 521

Source : Directions du tourisme de Wilaya

