

جامعة 8 ماي 1945 . قالمة .
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: تمويل التنمية

تحت عنوان:

الاستثمار الفندقية كآلية لتنمية القطاع السياحي في الجزائر
- دراسة حالة ولاية قالمة -

إشراف الأستاذة:
سامية بـزازي

إعداد الطالبان
أسيا شواطي
مرورة شحات

السنة الجامعية: 2015 / 2016

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا
أَوْ أَهْمَانَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا
طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ
الْكَافِرِينَ﴾ [سورة البقرة: 286]

صدق الله العظيم

إلهم بلغ الرسالة وأداء الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة
ونور العالمين سيدنا محمد صلوات الله عليه وسلم،
إلى من ربنتني وأنارت دربي وأمانتني بالصلوات والدعوات، إلهاً على ما في
الوجود.. أمي الحبيبة،
إلى من عمل بك في سبلنا.. أبي.
إلى من شاركهم أفراحهم وأحزانهم.. إلى إخوتي وأخواتي.
إلى جميع أصدقائي من قريب ومن بعيد،
فيا أخير أرجو من الله تعالى أن يجعل عملنا هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة
المترقبين والمقبلين علماً تتخرج.

أسيا

الإهداء

الحمد لله الذي وهبني الحياة وفتح لي الأبواب وشرح صدري وأنار عقلي ودربي، بدروس الحياة علمني، وعلى الصعاب مكنني وإلى الدرجة أوطني.

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذه المذكرة والتي أهديها أولاً إلى خالتي جل وعلا ثم رسولي - ﷺ - وأهديها ثانياً إلى من قال فيهما الخالق "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحساناً". إلى العيون التي حملتني وه ربنا على وهن وكانت نبض قلبي وشعلة دربي إلى الابتسامة التي ترسم فرحتي إلى الدمعة التي تسبق دموعي إلى العين الساهرة على حاجتي وراحتي "أمي الغالية". إلى الذي بذل كل غالبي من أجل أمالي واطمئناني من أجل راحتني وارتياحي، إلى الذي رباني على الأخلاق الفاضلة والعمل الدؤوب ورعاني بعينه وبقلبه إلى "أبي الغالي". إلى من كان القمر بين ثلاثة نجوم إلى أخي الوحيد "محمد أمين".

إلى أخواتي الغاليات إلى أحلى وأروع البنات أدام الله صحتهن وأنار دربهن بالثبات "صفاء ونسرين" وإلى زوج أختي.

إلى الشموع التي أضاءت قلوبنا وملأت عيوننا بهجة وفرحة إلى أبناء أختي ملاك وضياء الدين "ضيؤ".

إلى أصدقائي الأحرار حفظهم الله: رزاق، آسيا، إيمان، زهية، لولو، أمير، أميرة، عبدو، أنيس. إلى توأم روحي بنات خالتي حنان ومخير، وإلى كافة الأهل والأقارب دون استثناء، وإلى جدتي العزيزة أطال الله في عمرها.

مروة

ملخص:

نظرا لأهمية قطاع السياحة من حيث عوائد العملات الأجنبية وتوفير فرص العمل إلى جانب الترابط بين السياحة وسائر القطاعات الأخرى خاصة قطاعات البنية التحتية، مما يعطي حافزا لتنميتها، لذا أولت الجزائر هذا القطاع أهمية كبيرة من خلال تبني مجموعة من البرامج لتهيئة الأقطاب السياحية من جهة وتذليل الصعوبات التي تعرقل نمو هذا القطاع من جهة أخرى.

عليه، تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الاستثمار الفندقية في دعم السياحة على المستوى الوطني والمحلي من خلال دراسة ذلك على مستوى ولاية قلمة، باعتباره أحد الركائز التي يمكن الاعتماد عليها لتطوير القطاع السياحي وتعزيز مكانته الحقيقية في ظل المؤهلات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار الفندقية، الفنادق، السياحة، عوامل الجذب السياحي.

Abstract:

Considering the importance of tourism sector in terms of revenues of foreign currencies, providing employment opportunities as well as the correlation between tourism and all the other sectors, especially, the sectors of infrastructure, which come as a motivation to develop it. Therefore, Algeria has paid this sector a huge importance through adopting a set of programs to initialize the tourist poles on the one hand and to overcome difficulties that impede the development of this sector on the other hand.

Thus, this study aims at spotlighting the role of hotel investment in promoting tourism nationally and locally through studying that on the level of Guelma state, regarding it as one of the substrates that can be relied on to develop tourism sector and reinforce its actual status, taking in consideration the tourism qualifications that Algeria possesses.

Key words: Hotel Investment, Hotels, Tourism, Tourist Attraction Factors.

الفهارس

الصفحة	المحتوى
	كلمة شكر.
	الإهداء.
	الملخص.
VI-I	فهرس المحتويات
VII	فهرس الجداول
VIII	فهرس الأشكال
IX	قائمة الملاحق
أ-و	المقدمة
39-09	الفصل الأول: التأسيس النظري للاستثمار والاستثمار الفندقى
09	تمهيد
10	المبحث الأول: مدخل حول الاستثمار
10	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار وخصائصه
10	أولاً: مفهوم الاستثمار
11	ثانياً: خصائص الاستثمار
12	المطلب الثانى: مبادئ وأنواع الاستثمار
12	أولاً: مبادئ الاستثمار
13	ثانياً: أنواع (أشكال) الاستثمار
15	المطلب الثالث: أدوات الاستثمار ومحدداته
15	أولاً: أدوات الاستثمار
17	ثانياً: محددات الاستثمار: (العوامل المحددة للاستثمار)
19	المطلب الرابع: أهمية الاستثمار، محفزاته والمخاطر التى تواجهه
19	أولاً: أهمية الاستثمار
19	ثانياً: محفزات الاستثمار
20	ثالثاً: مخاطر الاستثمار
22	المبحث الثانى: عموميات حول النشاط الفندقى
22	المطلب الأول: نشأة وتطور صناعة الفنادق
22	أولاً: الفنادق فى العصور القديمة

23ثانيا: الفنادق في العصور الوسطى
23ثالثا: الفنادق في العصور الحديثة
24المطلب الثاني: طبيعة النشاط الفندقى
24أولا: الموسمية والتذبذب في معدلات الطلب
24ثانيا: التعامل النقدى السريع
25ثالثا: تنوع النشاط الفندقى
25رابعا: جغرافية النشاط الفندقى
25خامسا: تأثير النشاط الفندقى بأذواق المستهلكين
25سادسا: الاعتماد على العنصر البشرى
26المطلب الثالث: التصنيف الفندقى
27أولا: التصنيف الفندقى وفقا لدرجة الفندق
28ثانيا: التصنيف الفندقى حسب درجة الجودة
28ثالثا: التصنيف النوعى
30المطلب الرابع: العوامل الداخلىة والخارجية المؤثرة في النشاط الفندقى
30أولا: العوامل الخارجىة المؤثرة في طبيعة النشاط الفندقى
31ثانيا: العوامل الداخلىة المؤثرة في طبيعة النشاط الفندقى
32المبحث الثالث: أساسيات الاستثمار الفندقى
32المطلب الأول: طبيعة الاستثمار الفندقى
32أولا: نظرة عن الاستثمار الفندقى
33ثانيا: الخريطة التنظيمية للاستثمار الفندقى
34المطلب الثانى: حوافز الاستثمار في المشروعات الفندقية
34المطلب الثالث: اتخاذ القرار الاستثمارى في المنشآت الفندقية
36المطلب الرابع: عوامل نجاح الفندق كمشروع استثمارى
36أولا: جودة الخدمات التى يقدمها
36ثانيا: توفير العنصر البشرى المدرب
37ثالثا: الإعلان
38رابعا: موقع الفندق
39خلاصة

68-41	الفصل الثاني: تنمية القطاع السياحي في ظل الاستثمار الفندقى.....
41	تمهيد.....
42	المبحث الأول: مدخل للسياحة.....
42	المطلب الأول: نشأة وتطور السياحة.....
42	أولا: المرحلة الأولى: ما قبل عصر النهضة الأوروبية.....
42	ثانيا: المرحلة الثانية: عصر النهضة الأوروبية.....
43	ثالثا: المرحلة الثالثة: من القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين.....
43	رابعا: المرحلة الرابعة: مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى وقتنا الحاضر.....
45	المطلب الثاني: مفهوم السياحة وأهميتها.....
45	أولا: مفهوم السياحة.....
47	ثانيا: أهمية السياحة.....
48	المطلب الثالث: أسس السياحة.....
48	أولا: الطلب السياحي.....
49	ثانيا: العرض السياحي.....
49	ثالثا: الإنفاق السياحي.....
49	رابعا: الإيرادات السياحية.....
49	المطلب الرابع: أنواع السياحة.....
49	أولا: تقسيم السياحة وفقا للغرض.....
51	ثانيا: تقسيم السياحة وفقا للنطاق الجغرافى.....
52	ثالثا: تقسيم السياحة وفقا للعدد.....
52	رابعا: تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة.....
53	المبحث الثاني: المحاور الأساسية للسياحة.....
53	المطلب الأول: مكونات وأركان السياحة.....
53	أولا: مكونات السياحة.....
54	ثانيا: أركان السياحة.....
54	المطلب الثاني: مبادئ ومقومات السياحة.....
54	أولا: مبادئ السياحة.....
55	ثانيا: مقومات السياحة.....
56	المطلب الثالث: عناصر الجذب السياحي.....

56	أولاً:العوامل الطبيعية
56	ثانياًالعوامل البشرية.....
57	ثالثاً: مرافق وخدمات البنية التحتية
58	المطلب الرابع: العوامل المؤثرة على السياحة.....
58	أولاً:العوامل الطبيعية.....
59	ثانياً:عوامل اجتماعية.....
59	ثالثاً:العوامل الاقتصادية.....
60	المبحث الثالث: الاستثمار في المنشآت الفندقية كآلية لدعم القطاع السياحي.....
60	المطلب الأول: مساهمة الاستثمار الفندقى في بعض المتغيرات الاقتصادية.....
60	أولاً:زيادة القيمة المضافة.....
60	ثانياً: مساهمة الفنادق في زيادة الناتج القومي.....
61	ثالثاً: التحسين في ميزان المدفوعات.....
62	المطلب الثاني: مساهمة الاستثمار الأجنبي في تدفق رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التكنولوجيا
62	وأثرها على القطاع السياحي.....
62	أولاً: نقل التقنيات التكنولوجية.....
63	ثانياً: تدفق رؤوس الموال الأجنبية.....
63	المطلب الثالث: فرص العمل والمهارات الإدارية للاستثمار الفندقى ودورها في دعم القطاع السياحي.....
63	أولاً: توفير فرص العمل.....
64	ثانياً: تنمية المهارات الإدارية.....
65	المطلب الرابع: الاستثمار الفندقى كآلية لتكامل القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى.....
68	خلاصة
103-70	الفصل الثالث: الاستثمار الفندقى كمدخل لدعم وترقية السياحة بولاية قالمة.....
70	تمهيد.....
71	المبحث الأول: القطاع الفندقى ومساهمته في التنمية السياحية في الجزائر.....
71	المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر وأنواع السياحة فيها.....
71	أولاً: المقومات السياحية في الجزائر.....
74	ثانياً: أنواع السياحة في الجزائر.....

76	المطلب الثاني: مراحل تنمية السياحة واستراتيجيات السياحة في الجزائر لآفاق 2025.....
76	أولا: مراحل التنمية السياحية بالجزائر.....
77	ثانيا: استراتيجيات السياحة في الجزائر لآفاق 2025.....
78	المطلب الثالث: آلية دعم القطاع الفندقي للنشاط السياحي في الجزائر.....
78	أولا: تطور عدد الأسرّة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف للفترة (2001-2011).
80	ثانيا: تطور عدد الأسرّة والفنادق حسب المنتج السياحي للفترة (2001/2011).....
82	ثالثا: تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2001/2011).....
83	المطلب الرابع: معوقات الاستثمار الفندقي وكيفية تأثيره على السياحة.....
83	أولا: معوقات العقار الفندقي والاجراءات الإدارية.....
84	ثانيا: المعوقات الاقتصادية للاستثمار الفندقي.....
85	المبحث الثاني: نظرة موجزة عن القطاع السياحي والفندقي بولاية قالمة.....
85	المطلب الأول: نبذة تاريخية عن ولاية قالمة وموقعها.....
85	أولا: نبذة تاريخية عن الولاية.....
86	ثانيا: موقع الولاية.....
87	المطلب الثاني: المقومات السياحية للولاية.....
87	أولا: المعالم الأثرية بقالمة.....
88	ثانيا: المنابع والحمامات المعدنية.....
90	ثالثا: الصناعة التقليدية.....
90	رابعا: وكالات السياحة والأسفار والهياكل القاعدية.....
91	خامسا: المنشآت الفندقية بولاية قالمة.....
91	المطلب الثالث: أنواع السياحة في قالمة.....
91	أولا: السياحة الحموية.....
91	ثانيا: السياحة المناخية.....
91	ثالثا: السياحة الثقافية.....
92	المطلب الرابع: تطور الاستثمار الفندقي في ولاية قالمة.....
92	أولا: الاستثمارات الفندقية المنجزة بالولاية.....
93	ثانيا: الاستثمارات الفندقية طور الانجاز بالولاية.....
94	ثالثا: الاستثمارات الفندقية التي لم تنجز بعد.....
96	المبحث الثالث: واقع الاستثمار الفندقي في ولاية قالمة ودوره في تنمية السياحة.....

96	المطلب الأول: دور الفنادق في دعم القطاع السياحي في ولاية قالمة.....
96	أولاً: القدرات الاستيعابية لولاية قالمة.....
97	ثانياً: تطور عدد الوافدين الجزائريين والأجانب في ولاية قالمة.....
98	المطلب الثاني: عوائد الاستثمار الفندقية على القطاع السياحي بالولاية.....
98	أولاً: تطور مداخيل الإيواء والإطعام.....
99	ثانياً: توفير مناصب الشغل.....
100	المطلب الثالث: عوائد الاستثمار الفندقية في ولاية قالمة.....
101	المطلب الرابع: الحلول المقترحة للنهوض بالاستثمار الفندقية في الولاية.....
103	خلاصة.....
105	الخاتمة.....
111	قائمة المراجع.....
	الملاحق.

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
79	تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف للفترة (2001-2011).	01
81-80	تطور عدد الأسرة والفنادق حسب المنتج السياحي للفترة (2001-2011).	02
92	تطور عدد الفنادق بولاية قلمة للفترة (2005-2016/02/29).	03
93	الاستثمارات الفندقية طور الإنجاز بالولاية.	04
95-94	الاستثمارات الفندقية التي لم تنجز بعد بولاية قلمة.	05
97	تطور عدد الوافدين الجزائريين والأجانب للفترة (2005-2016/02/29).	06
98	تطور مداخيل الإيواء والإطعام للفترة (2006-2013).	07
99	تطور مناصب الشغل التي تتوفر عليها الهياكل الفندقية خلال الفترة (2006-2016/02/29).	08

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	تصنيف الاستثمار.	01
27	التصنيف الفندقى.	02
30	العوامل الخارجىة والداخلىة المؤثرة فى العمل الفندقى.	03
65	التكامل بين قطاع السىاحة والقطاعات الاقطنصاءىة الأخرى.	04
73	تطور عدد مؤسسات الصنائة التقلىدىة فى الجزائر خلال الفتره (2001-2011).	05
79	تطور عدد الفنادق فى الجزائر للفره (2001-2011).	06
82	توزىع عدد الفنادق حسب المنتج السىاحى للفره (2001-2011).	07
82	تطور عدد السىاح الوافدىن إلى الجزائر للفره (2001-2011).	08
96	تطور قدرات الاستقبال الاجمالىة لولاية قالمه (2005-2016/02/29).	09

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	وكالات السياحة والأسفار لولاية قلمة.
02	هياكل الإيواء والاستقبال لولاية قلمة إلى غاية 2016.
03	تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2000 إلى غاية 2015.
04	مشاريع الاستثمار الفندقية طور الانجاز.
05	مشاريع الاستثمار الفندقية التي لم تنطلق بعد.
06	تقرير حول متعاملي قطاع السياحة للفترة (2016/01/01 – 2016/02/29).

المقدمة

عرف قطاع السياحة تطورا مستمرا خلال العقود الأخيرة، إذ أصبح من أهم القطاعات الاقتصادية للكثير من الدول سواء النامية أو المتقدمة نظرا لكثرة وتنوع آثاره الإيجابية على مختلف النواحي الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية... الخ.

بالرغم مما سبق لا تزال السياحة في الجزائر تواجه العديد من الصعوبات التي تمنعها حتى الآن من مواكبة باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، والوصول إلى المستوى الذي يتناسب مع إمكانياتها الحقيقية. رغم ما تتمتع به من المقومات والإمكانيات السياحية التي تؤهلها لتكون بديلا استراتيجيا للنفط، وتمكنها من منافسة مختلف الدول الرائدة في هذا المجال.

في ظل هذا الواقع، لا بد من تبني التدابير اللازمة التي تليق بالإمكانيات السياحية التي تحوز عليها الجزائر. ويأتي في مقدمة هذه التدابير وضع الاستراتيجيات والسياسات الملائمة مع المقومات السياحية الجزائرية إلى جانب توفير رؤوس الأموال الكافية لتمويل مختلف المشاريع الاستثمارية في هذا القطاع. في هذا الإطار، يمكن للاستثمار الفندقي أن يكون من بين الآليات التي يمكن للجزائر أن تعتمد عليها للنهوض بالقطاع السياحي بها، لما له من دور في دعم إقامة السياح باعتباره أحد عناصر الجذب السياحي التي تعتمد عليها العديد من الدول في وقتنا الحالي.

أولا: الإشكالية.

بناء على ما سبق يمكن صياغة إشكالية موضوعنا فيالتساؤل الآتي:

هل استطاع الاستثمار الفندقي المساهمة في دعم القطاع السياحي في الجزائر ككل وولاية قالمة خاصة؟

وعلى ضوء الإشكالية المطروحة يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هي مكانة السياحة في الجزائر؟
- 2- ما هو واقع الاستثمار الفندقي في الجزائر؟
- 3- هل تعتبر ولاية قالمة وجهة سياحية فعلية؟ و ما هي الآثار الناتجة عن تطور الاستثمار الفندقي في الولاية؟
- 4- ما هي المشاكل التي يواجهها المستثمرون في القطاع الفندقي في ولاية قالمة؟ وما هي الحلول المقترحة لمواجهتها؟

ثانيا: الفرضيات.

وكإجابة عن التساؤلات المطروحة يمكن وضع الفرضيات التالية:

- 1- رغم الإمكانيات السياحية للجزائر القادرة على جعلها قطبا سياحيا بامتياز، غير أنها لم تستطع تحقيق الدور

المنتظر منها في الاقتصاد الوطني؛

- 2- الاستثمار الفندقى فى الجزائر يظل ضعيفا مقارنة بالإمكانيات التى تحوز عليها الجزائر رغم التطور الذى شهده هذا القطاع؛
- 3- تزخر ولاية قلمة بإمكانيات سياحية كافية لأن تجعل منها وجهة سياحية بامتياز؛
- 4- يعد الاستثمار الفندقى عامل أساسى لجلب السياح ودعم السياحة بولاية قلمة؛
- 5- يواجه المستثمرين فى القطاع الفندقى بولاية قلمة جملة من المشاكل التى أثرت سلبا على ترقية القطاع السياحى بالمنطقة.

ثالثا: أهمية الدراسة.

تكمن أهمية الدراسة فى كونها تحاول تشخيص واقع القطاع السياحى فى الجزائر وأهمته فى تحقيق التنمية الاقتصادية باعتباره فى نظر الكثيرين البديل الاقتصادى الثانى (يأتى بعد القطاع الفلاحى) الذى من شأنه أن يكون مرشح لاقتصاد ما بعد البترول فى الجزائر. خاصة فى ظل انخفاض أسعار البترول خلال الفترة الماضية. فدراستنا تتزامن بذلك مع الاهتمام الكبير الذى توليه الدولة الجزائرية للقطاع السياحى والذى يظهر من خلال البحث والسعى لتدليل صعوبات هذا القطاع من خلال تسخير الآليات المناسبة لذلك والتى فى مقدمتها نجد الاستثمار الفندقى باعتباره أحد الدعائم التى يمكن الاعتماد عليها للارتقاء بسياحة فى الجزائر.

رابعا: أهداف الدراسة.

- نأمل من خلال هذه الدراسة إلى تشخيص دور الاستثمار الفندقى فى دعم القطاع السياحى على المستوى الوطنى بالجزائر والمحلى فى ولاية قلمة، ويمكن حصر أهداف البحث فى النقاط التالية:
- 1- التعرف على الاستثمار الفندقى الذى يعتبر مسعى لدعم وترقية السياحة والوقوف على مختلف جوانبه؛
 - 2- تسليط الضوء على الإمكانيات السياحية التى تزخر بها الجزائر وكيفية العمل على استغلالها بفعالية وجدية مستقبلا؛
 - 3- محاولة توجيه اهتمام المسؤولين للقطاع الفندقى ومختلف البنى التحتية المدعمة له، باعتباره موردا دائما للدخل واعتماده كبديل عن قطاع المحروقات؛
 - 4- تسليط الضوء على المشاريع الفندقية لولاية قلمة وكيف ستساهم بتطوير القطاع السياحى بالمنطقة؛
 - 5- التعرف على الصعوبات والعراقيل التى تقف فى وجه الاستثمار الفندقى فى ولاية قلمة والتطرق لبعض الحلول والاقتراحات التى تساعد على تخطي هذه الصعوبات والعراقيل.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع.

هناك العديد من الأسباب التي اجتمعت لدينا لدراسة ومعالجة هذا الموضوع دون غيره نذكر أهمها في النقاط التالية:

- ✓ تكملة لمذكرة اليسانس التي كانت بعنوان " دور التسويق الإلكتروني في المجال السياحي والفندقي دراسة حالة: فندق - Golden Tulip صبري - عنابة"؛
- ✓ الرغبة في الدراسة والبحث حول القطاع السياحي؛
- ✓ التهميش الذي يطغى على القطاع الفندقي وعدم الاهتمام به من طرف الجهات المسؤولة عن القطاع السياحي رغم أهميته في وقت الحاضر؛
- ✓ نشر وتعميق ثقافة الاستثمار لدى أصحاب رؤوس الأموال في الجزائر، وجذب المستثمرين الأجانب، باعتبار أن هذه الثقافة تعد شرطا ضروريا لترقية القطاع الفندقي وبالتالي القطاع السياحي.

سادسا: منهجية الدراسة.

للإجابة عن التساؤلات المطروحة في هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي بالإضافة إلى منهج دراسة حالة، من خلال استغلال المعلومات والبيانات المتحصل عليها في تحليل ووصف الخلفية النظرية للموضوع، ثم التوجه بعد ذلك إلى ميدان دراسة حالة وجمع البيانات الخاصة بالموضوع محل الدراسة ومعالجتها وتفسيرها بهدف الإجابة عن التساؤلات المطروحة واستخلاص النتائج وهذا بعد تشخيص الاستثمار الفندقي وكيفية دعمه للقطاع السياحي في ولاية قلمة.

أما فيما يتعلق بأدوات جمع المعلومات فقد اعتمدنا على المسح المكتبي، بهدف التعرف على الكتب والدراسات ذات العلاقة بالموضوع، إضافة إلى البحوث والدراسات المنشورة في الدوريات أو المقدمة في شكل أوراق بحثية في الملتقيات العلمية أو الأطروحات والمذكرات إلى جانب الإحصائيات والمقترحات والتقارير المقدمة من قبل مديرية السياحة لولاية قلمة.

سابعا: حدود الدراسة.

ارتأينا ضبط وتحديد بعض معالم الموضوع بهدف معالجته بدقة أكثر فكانت حدوده الزمانية والمكانية كالاتي:

◀ الحدود المكانية:

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الاستثمار الفندقي في دعم القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي، من خلال تناولنا بالنسبة للجزائر ككل وعلى مستوى ولاية قلمة على وجه الخصوص لما تتوفر لها من إمكانيات سياحية تتطلب استغلالها والعمل على تذليل الصعوبات التي تواجه هذا القطاع حتى يتمكن من تأدية الدور المنوط به على المستوى المحلي ومن ثم انعكاسه على المستوى الوطني.

◀ الحدود الزمانية:

تناولت هذه الدراسة الفترة (2001-2011) بالنسبة للمستوى الوطني وذلك نظرا لاعتمادنا على الإحصائيات الرسمية المقدمة من قبل الديوان الوطني للإحصائيات التي تتعلق بحالة الاستثمار الفندقية وتطور القطاع السياحي بالجزائر للفترة 2001-2011 باعتباره الجهة الرسمية الوحيدة المقدمة للإحصائيات المتعلقة بمتغيري الدراسة في ظل توقف الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية (www.mta.gov.dz) بينما امتدت الفترة إلى غاية فيفري 2016 فيما يتعلق بالبيانات التي تم اعتمادها في دراسة حالة ولاية قلمة نظرا لتوفر البيانات الرسمية لدى مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

ثامنا: الدراسات السابقة.

هناك العديد من الدراسات التي أجريت حول موضوع القطاع السياحي، ومن أبرز الدراسات التي لها علاقة بجانب من موضوع دراستنا نذكر ما يلي:

1- الدراسة الأولى: عبد القادر عوينان، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات(2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر-3، الجزائر، 2012-2013.

تطرق الباحث إلى واقع السياحة الدولية، توزيعها وأهميتها في قضايا التنمية وواقع السياحة الجزائرية ومقارنتها مع بعض التجارب السياحية العربية الناجحة بالإضافة إلى تشخيص وفحص السياحة الجزائرية من خلال الإمكانات والمعوقات. كما ركز على دراسة الإستراتيجية الكفيلة لتطوير السياحة الجزائرية للفترة (2000- 2025) في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).

2- الدراسة الثانية: حميدة بوعموشة، "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر-"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011-2012.

أشارت الباحثة إلى مفاهيم حول السياحة والسياحة المستدامة، وحاولت إبراز دور السياحة في الاقتصاديات الوطنية عن طريق عرض بعض التجارب العربية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على السياحة في الاقتصاد الوطني الجزائري. أفضت هذه الدراسة في البداية إلى أن ضعف القطاع السياحي في الجزائر زاد بسبب التأخر في إنجاز المشاريع المقررة خلال المخططات الوطنية. وتراكمها بسبب سوء التسيير بالإضافة إلى عدم الاستقرار السياسي والمؤسسي اللذان لعبا دورا هاما في تعطيل وإهمال هذا القطاع رافقهما تراجع في عدد الوافدين.

3- الدراسة الثالثة: سعاد صديقي، "دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة: بنك الجزائر

الخارجي - وكالة جيجل -"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، تخصص بنوك

وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005-2006.

تطرقت الباحثة ضمن هذه الدراسة إلى التطور التاريخي للسياحة وأنواعها ودوافعها. بالإضافة إلى السياحة في الدول العربية والمنظمات القائمة على النشاط السياحي. وكذلك السياحة في الجزائر والمراحل التاريخية التي مرت بها. كما سلطت الضوء على المنشآت السياحية، أهميتها وواقع تمويلها، الاستثمارات السياحية في الجزائر واستراتيجيات الدولة لدعم وتنمية الاستثمارات السياحية المستقبلية، إذ توصلت هذه الدراسة إلى أنه مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التجارية، بالإضافة إلى نقص الاحترافية والحواجز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي خصوصا في مناطق التوسع السياحي وعدم تهيئته. كما أن المناطق الأخرى تكون غير مناسبة لإقامة المشاريع السياحية عليها، وهذا ما يؤدي في كثير من الحالات إلى رفض البنوك تمويل مثل هذه المشاريع.

4- الدراسة الرابعة: الغالية عمومن، "الحوكمة الفندقية في الجزائر: دراسة حالة فندق التاسيليبورقلة"، مذكرة

مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (غير منشورة)، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2014 - 2015.

حيث أشارت الباحثة في هذه الدراسة إلى الحوكمة الفندقية ومبادئها وواقعها في الجزائر، كما تطرقت إلى

دراسة القطاع الفندقي في الجزائر من خلال تسليط الضوء على إمكانيات وخصائص الفندقة في الجزائر، حيث خلصت هذه الدراسة إلى أنه على الفنادق أن تهتم بتقديم أفضل الخدمات لتصل إلى خلق ميزة تنافسية لكي تستمر في عملها المستقبلي، بالإضافة إلى وجود عقبات وتحديات تمس البيئة الداخلية والخارجية للفنادق الجزائرية تقف عائق أمام تحقيق الإدارة الرشيدة في الفنادق وهذا ما جعل مكانتها في أسواق السياحة العالمية متأخرة.

❖ نلاحظ أن كل هذه الدراسات السابقة تناولت موضوع السياحة عامة من خلال تسليط الضوء

على واقع القطاع وأهميته على المستوى الدولي والوطني ومقارنته في البعض منها بالدول الرائدة في هذا القطاع حتى تتمكن من الوقوف على أهم الصعوبات التي تواجهه في الجزائر وهو ما يساعد ويخدم دراستنا فيما يتعلق بمتغير السياحة إلا أننا نجد دراستنا ركزت في الأساس على أحد الحلول التي يمكنها أن تدعم القطاع السياحي في الجزائر ألا وهي الاستثمار الفندقي وأهميته على المستوى الوطني للفترة (2001-2011) والمحلي بولاية قلمة خلال الفترة (2005-2016/02/29).

تاسعا: تقسيمات الدراسة.

لدراسة هذا الموضوع وإثرائه والإجابة عن الإشكالية المطروحة واختيار الفرضيات المقترحة قمنا ببدأ دراستنا بمقدمة تعد كمدخل للتعريف بالموضوع وأهميته تقدم للقارئ نظرة شمولية موجزة عن كيفية تناول هذه الدراسة لنقوم بعد ذلك بعرض مضمون الدراسة ضمن ثلاثة فصول مترابطة ومتسلسلة تعالج جوهر الدراسة وفق النسق التالي:

✓ **الفصل الأول:** خصص للتعريف بالاستثمار، والفندقة وذكر خصائصهما المميزة، مع تحديد بعض المفاهيم المتعلقة بالاستثمار الفندقي؛

✓ **الفصل الثاني:** ركزنا فيه على السياحة في الجزائر، باستعراض أهم الجوانب المتعلقة بالقطاع، ومساهمة الاستثمار الفندقي في دعم القطاع السياحي؛

✓ **الفصل الثالث:** تناول دراسة حالة من خلال تسليط الضوء على تطور القطاع الفندقي في الجزائر وولاية قلمة، واستعراض كيفية دعمه للسياحة، الأمر الذي يمكننا من الوقوف على أهم الصعوبات التي تواجه الاستثمار الفندقي ومحاولة تقديم الحلول المناسبة لها.

لنختم دراستنا بخاتمة تتضمن الإجابة عن الإشكالية المطروحة وأهم النتائج المتوصل إليها.

عاشرا: صعوبات الدراسة.

من خلال إنجاز هذه الدراسة واجهتنا صعوبات منها قلة المصادر فيما يتعلق بالإحصائيات والتقارير والمؤشرات السياحية في الجزائر بالنسبة للديوان الوطني للإحصائيات وعدم وجود مواقع إلكترونية لمختلف الهيئات والوزارات المختصة بالقطاع السياحي إلى جانب تهرب العديد من أصحاب الفنادق بولاية قلمة من إجراء مقابلات بحجة عدم توفر الوقت المناسب أو عدم تواجدهم في العديد من المناسبات.

الفصل الأول: التأصيل النظري للاستثمار والاستثمار الفندقى.

تمهيد.

. المبحث الأول: مدخل حول الاستثمار

. المبحث الثانى: عموميات حول نشاط الفندقى

. المبحث الثالث: أساسيات الاستثمار الفندقى.

خلاصة الفصل الأول.

تمهيد:

يعتبر الاستثمار أحد العوامل الأساسية في دفع عملية التنمية الاقتصادية لأي بلد وهو الطريقة الناجعة لإنشاء ومضاعفة الثروات، حيث يختلف دافع اتخاذ قرار الإقدام على استثمار جديد وفقا للجهة التي تملك رأس المال المستثمر، فإن الدافع للاستثمار الخاص يكون عادة ربح ممكن، أما الاستثمار العام فغالبا ما يتحرك بدوافع وأسباب متعددة ويكون عامل الربح واحدا منها.

وتعد المشاريع الفندقية من أكثر المشاريع جلبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين، حيث أنها تعتبر عنصرا حساسا وأداة فعالة للنهوض بالنشاط الاقتصادي والوقوف على هذا النوع من الاستثمار ضرورة ملحة أمام المستثمر لتنمية القطاع من خلال تحفيزه ودعمه ووضع مناخ ملائم له.

المبحث الأول: مدخل حول الاستثمار.

لقد أصبح موضوع الاستثمار من الموضوعات التي تحتل مكانة مهمة وأساسية في أولويات الدراسات الاقتصادية، حيث أولى الكثير من الاقتصاديين أهمية كبيرة لعنصر الاستثمار واعتبروه محركاً أساسياً يمكن من إعطاء الدول النامية نوعاً من الفعالية والقدرة التي تمكنها من رفع معدل نموها الاقتصادي ودفع عجلة التقدم وتقليص الهوة بينها وبين الدول المتقدمة، وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى مختلف الجوانب المتعلقة بالاستثمار إضافة إلى محفزاته والمخاطر التي تواجهه.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار وخصائصه.

يستمد الاستثمار مفهومه من نواحي عديدة إضافة إلى ذلك يتميز بمجموعة من الخصائص ويمكن التطرق فيما يلي إلى كلاهما:

أولاً: مفهوم الاستثمار:

يغطي مفهوم الاستثمار عدد كبير من الأنشطة، وغالباً ما يشير هذا المفهوم إلى: "التخلي عن أموال يمتلكها الفرد في لحظة معينة ولفترة معينة من الزمن، قد تطول أو تقصر وربطها بأصل أو أكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الأموال مقابل مخاطر ناشئة عن نقص القوة الشرائية وعدم الحصول على التدفقات المالية المرغوب فيها"¹. ويعرف كذلك على أنه: "توظيف الأموال المتاحة مؤكدة في أصول متنوعة للحصول على تدفقات مالية أكثر في المستقبل غير مؤكدة، هذه التدفقات عبارة عن تعويضات يحصل عليها المستثمر بدلاً من استخدام هذه الأموال من قبل مستثمرين آخرين طيلة الفترة التي يتخلى فيها المستثمرين عن رأسمالمهم، آخذين بعين الاعتبار تحقيق عوائد تغطي قيمة التعويضات المطلوبة وعلاوة المخاطر الناجمة عن عدم التأكد في الحصول على التدفقات المتوقعة في المستقبل وتتجاوز معدل التضخم"².

وهناك من يعرفه على أنه: "التعامل بالأموال للحصول على الأرباح، وذلك بالتخلي عنها في لحظة زمنية معينة، ولفترة زمنية محددة، بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوض عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وتعوض عن عامل المخاطرة المرافق للمستقبل"³.

كما يعرف الاستثمار على أنه: "استخدام المدخرات في تكوين الاستثمارات (أو الطاقات الانتاجية الجديدة) اللازمة لعمليات انتاج السلع والخدمات، والحفاظة على الطاقات الانتاجية القائمة"⁴. كما يقصد بالاستثمار: "توظيف المال بهدف تحقيق العائد أو الدخل أو الربح أو المال عموماً، قد يكون الاستثمار على شكل مادي ملموس أو شكل غير مادي"⁵.

¹ محمد الحناوي، نبال فريد مصطفى، "مبادئ وأساسيات الاستثمار"، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر، 2006، ص 18.

² كامل آل شبيب دريد، "الاستثمار والتحليل الاستثماري"، دار البازوري، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 15.

³ حسني علي خريوش، رضا عبد المعطي، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، عمان، الأردن، 1996، ص 13.

⁴ عمر حسين، "الاستثمار والعولمة"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2000، ص 27.

⁵ طاهر حيدر حردان، "مبادئ الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 13.

ويمكن تعريفه كذلك: "الاستثمار هو الاتفاق على الأصول الرأسمالية خلال فترة زمنية معينة"، وانطلاقاً من هذا التعريف فالاستثمار هو إضافة إلى أصول المؤسسة وتشمل الآلات والمعدات والمباني والأثاث ووسائل النقل وطرق المواصلات، وهو بذلك يعبر عن الزيادة الصافية في رأس المال الحقيقي للمجتمع، والاستثمار الإجمالي يشمل الإنفاق على اهتلاكات الأصول، أما الاستثمار الصافي فيكون بعد طرح الاهتلاكات¹.

وعليه كتعريف شامل للاستثمار يمكن القول أنه: "استخدام الأموال والمدخرات لتكوين استثمارات بهدف تحقيق أرباح وعوائد".

ثانياً: خصائص الاستثمار.

تتميز الاستثمار بجملة من الخصائص هي²:

1- تكاليف الاستثمار:

وهي كل المبالغ التي يتم إنفاقها للحصول على الاستثمار، وتشمل كافة المصاريف اللازمة لإنشاء المشروع الاستثماري حيث تنقسم إلى قسمين:

- **التكاليف الاستثمارية:** وهي تلك المصاريف اللازمة لإنشاء المشروع والتي تنفق مع بداية المشروع إلى أن يحقق هذا الأخير تدفقات نقدية، وتتمثل في تكاليف الأصول الثابتة، أي كل النفقات المتعلقة بشراء الأصول الثابتة من أراضي، معدات، مباني، آلات، والتي تمثل الجزء الأكبر من تكلفة المشروع. بالإضافة إلى تكاليف متعلقة بالدراسات التمهيديّة، أي كل النفقات التي تتدفق قبل انطلاق المشروع مثل مصاريف التصميمات، الرسوم الهندسية، وهذا إلى جانب مجموعة من التكاليف مثل: تكاليف التجارب، وتكاليف اجراء الدورات التدريبية.
- **تكاليف التشغيل:** تندمج تكاليف التشغيل في المرحلة الثانية للاستثمار، وهي مرحلة التشغيل وذلك بعد إقامته ووضعه في حالة صالحة لمباشرة العمل، فتظهر مجموعة جديدة من التكاليف اللازمة، لاستغلال طاقات المشروع المتاحة في العملية الإنتاجية، ومن جملة هذه التكاليف نذكر: النقل، التأمين، مصاريف المستخدمين والأجور، مصاريف المواد اللازمة للعملية الإنتاجية... الخ

2- التدفقات النقدية:

8 وهي كل المبالغ المالية المنتظر تحقيقها في المستقبل على مدى حياة الاستثمار، ولا تحسب هذه التدفقات إلا بعد خصم كل المستحقات على الاستثمار مثل الضرائب والرسوم والمستحقات الأخرى.

¹ بديعة بو عقلين، "الاستثمارات السياحية واشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 42.

² اسمهان حناشي وآخرون، "آليات تشجيع وترقية الاستثمار كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2011/2010، ص ص 07، 08.

3- مدة حياة المشروع:

وهي المدة المقدرة لبقاء الاستثمار في حالة عطاء جيد ذي تدفق نقدي موجب. ويمكن الاستناد في تحديد مدة حياة الاستثمار على مدى الحياة المادية بمختلف الوسائل أو التركيز على دورة حياة المنتج وبالتالي على مدى الحياة الاقتصادية للمشروع.

4- القيمة المتبقية:

عند نهاية مدة الحياة المتوقعة للاستثمار، نقوم بتقدير القيمة المتبقية له، بحيث يمثل الجزء الذي لم يستهلك من التكلفة الأولية، وتعتبر هذه القيمة المتبقية، إيرادا إضافيا بالنسبة للمؤسسة وبالتالي يضاف إلى تدفقات الدخل للسنة الأخيرة للاستغلال.

المطلب الثاني: مبادئ وأنواع الاستثمار.

للاستثمارات أنواع عديدة، وحتى يتوصل المستثمر إلى الاختيار بين البدائل الاستثمارية المتاحة يجب عليه مراعاة مجموعة من المبادئ وهو ما سنتطرق إليه ضمن هذا المطلب:

أولا: مبادئ الاستثمار:

لكي يتمكن المستثمر من الاختيار بين بدائل الاستثمار المتاحة لابد من مراعاة المبادئ التالية¹:

1- مبدأ الاختيار The choice: إن المستثمر الرشيد يبحث دائما عن فرص استثمارية متعددة لما لديه من مدخرات ليقوم باختيار المناسب منها بدلا من توظيفها في أول فرصة تتاح له، كما يفرض هذا المبدأ على المستثمر الذي ليس لديه خبرة في الاستثمار بأن يستخدم الوسطاء الماليين ممن لديهم مثل هذه الخبرة.

2- مبدأ المقارنة Comparability: أي المفاضلة بين البدائل الاستثمارية المتاحة لاختيار المناسب منها وتتم المقارنة بالاستعانة بالتحليل الجوهرية أو الأساسي لكل بديل ومقارنة نتائج هذا التحليل لاختيار البديل الأفضل من وجهة نظر المستثمر حسب مبدأ الملاءمة.

3- مبدأ الملاءمة Relevance: يطبق المستثمر هذا المبدأ عمليا عندما يختار من بين مجالات الاستثمار وأدواته ما يلائم رغباته وميوله التي يحددها دخله وعمره وعمله وكذلك حالته الاجتماعية. ويقوم هذا المبدأ على أساس أن لكل مستثمر نمط تفضيل يحدد درجة اهتمامه بالعناصر الأساسية لقرار الاستثمار، والتي يكشفها التحليل الجوهرية أو الأساسي وهي معدل العائد على الاستثمار، درجة المخاطرة التي يتصف بها ذلك الاستثمار ومستوى السيولة التي يتمتع بها كل من المستثمر وإدارة الاستثمار.

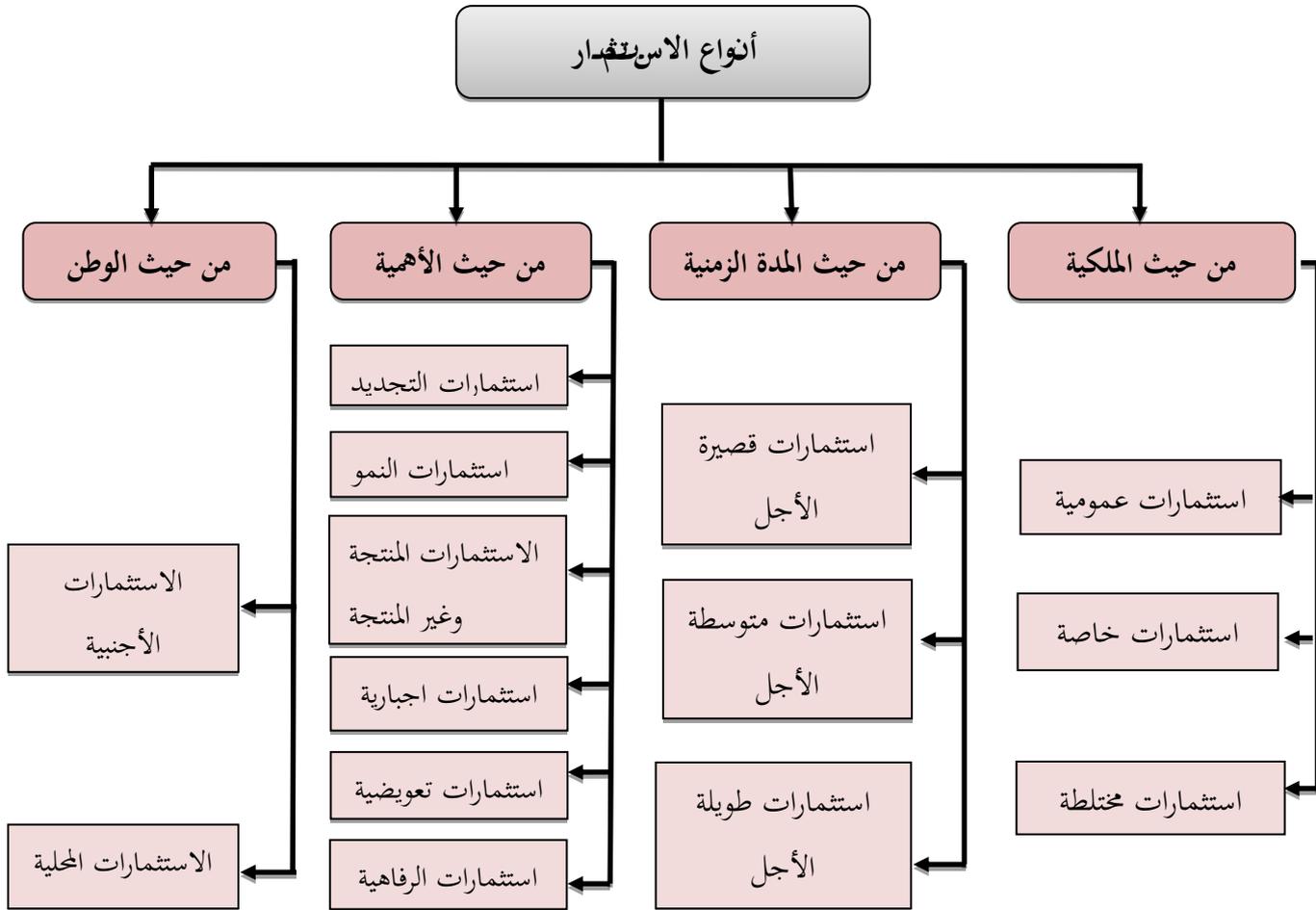
4- مبدأ التنوع Diversification: يلجأ المستثمرون إلى تنوع استثماراتهم للحد من مخاطر الاستثمار التي يتعرضون لها، غير أن هذا المبدأ ليس مطلقا، نظرا للعقبات والقيود التي يتعرض لها المستثمرون، مما يصعب عليهم انتهاج وتطبيق هذا المبدأ على أرض الواقع.

¹ زياد رمضان، "مبادئ الاستثمار المالي والحقيقي"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2007، ص ص 28، 29.

ثانياً: أنواع (أشكال) الاستثمار:

للاستثمارات تصنيفات عديدة نظراً لأهدافها وطبيعتها وأهميتها كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم (01): تصنيف الاستثمار:



المصدر: من اعداد الباحثين.

بناءً على الشكل السابق يمكن إبراز أهم أنواع الاستثمار كالتالي¹:

1- من حيث الملكية: يمكن تصنيف الاستثمار إلى ثلاث أنواع:

أ- استثمارات عمومية: وهي استثمارات تقوم بها الدولة من أجل التنمية الشاملة، لتحقيق حاجيات المصلحة العامة، مثل الاستثمارات المخصصة لحماية البيئة.

ب- الاستثمارات الخاصة: ويتميز هذا النوع من الاستثمارات بطابع الربح الذي يتوقعه أصحابها من وراء عملية الاستثمار، وهي تنجز من طرف الأفراد والمؤسسات الخاصة.

¹ الزين منصور، "تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية"، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 19، 20.

- ج- الاستثمارات المختلطة :** وتحقق هذه الاستثمارات بدمج القطاع العام والخاص لإقامة المشاريع الكبيرة التي تتطلب رؤوس أموال ضخمة ولها الأهمية القصوى في انتعاش الاقتصاد الوطني، حيث تلجأ الحكومات إلى رؤوس الأموال الخاصة المحلية أو الأجنبية، لأنها لا تستطيع تحقيق هذه المشاريع برأس مالها الخاص.
- 2- من حيث المدة الزمنية:** وتصنف من حيث مدتها الزمنية إلى ثلاث أصناف هي:
- أ- استثمارات قصيرة الأجل:** هي الاستثمارات التي تقل مدة إنجازها عن سنتين، وتكون نتائجها في نهاية الدورة لأنها تتعلق بالدورة الاستغلالية.
- ب- استثمارات متوسطة الأجل:** هي الاستثمارات التي تقل مدة إنجازها عن خمس سنوات وتزيد عن سنتين، وهي التي تكمل الأهداف الاستراتيجية التي تحددها المؤسسة.
- ج- استثمارات طويلة الأجل:** تؤثر هذه الاستثمارات بشكل كبير، على المؤسسة بصفة خاصة وعلى المجتمع بصفة عامة، وهي تتطلب لرؤوس أموال ضخمة وتكون مدة إنجازها خمس سنوات.
- 3- من حيث الأهمية والغرض:** تنقسم بدورها لعدة أقسام منها:
- أ- استثمارات التجديد:** تتمثل في التجديدات التي تقوم بها المؤسسة، وذلك بشراء الآلات والمعدات وجل وسائل الإنتاج، وذلك لاستبدال المعدات القيمة، حتى تتمكن من مسايرة التقدم التكنولوجي، فهي تسعى لشراء المعدات الأكثر تطوراً، وبالتالي فإنها تتمكن من تحسين النوعية وزيادة الأرباح، وبصفة عامة هدفها الأساسي هو الحفاظ على القدرة التنافسية للمؤسسة.
- ب- استثمارات النمو (الاستراتيجية):** هدفها الأساسي تحسين الطاقات الانتاجية لتنمية الانتاج والتوزيع بالنسبة للمؤسسة لتوسيع مكانتها في السوق، إذ تقوم بتسويق منتجات وابتكارات جديدة ومتميزة، لفرض نفسها على المنتجين الآخرين، وهذا ما يسمى بالاستثمارات الهجومية، أما الاستثمارات الدفاعية التي تسعى المؤسسة من خلالها إلى الحفاظ على الأقل نفس وتيرة الإنتاج.
- ج- الاستثمارات المنتجة وغير المنتجة:** هي استثمارات تنقسم على أساس معيار تكلفتها، فكلما كانت الزيادة في الإنتاج للمؤسسة مع تحسن النوعية وبأقل التكاليف الممكنة، سميت هذه الاستثمارات بالاستثمارات المنتجة، وفي حالة العكس فهي غير منتجة.
- د- الاستثمارات الاجبارية:** تكون إما اقتصادية أو اجتماعية، فالاجتماعية هي التي تهدف من خلالها الدولة إلى تطوير البنية الاجتماعية للفرد، وذلك بتوفير المرافق العمومية الضرورية، أما الاقتصادية فهدفها هو تلبية الحاجات المختلفة للأفراد من سلع وخدمات مختلفة مع تحسين هذه الأخيرة كما ونوعاً.
- هـ- الاستثمارات التعويضية:** هدفها الحفاظ على رأس المال على حاله، وتعويض ما استهلك منه بأموال واهتلاكات، أما الصافية منها فتهدف إلى رفع رأس مال المؤسسة باستثمارات جديدة بحسب الطلب والظروف.

و- **استثمارات الرفاهية:** هذا النوع من الاستثمارات نتائجه غير مباشرة، حيث تقوم بتحسين القدرة الشرائية للمؤسسة، وبالتالي إعطاء صورة حسنة عنها لدى المتعاملين معها والمستهلكين لمنتجاتها.

4- **من حيث الوطن:** وتنقسم الاستثمارات إلى قسمين:

أ- **الاستثمارات الأجنبية:** وتتمثل في تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية التي ترد في شكل إسهام مباشر من رأس المال الأجنبي في الأموال الإنتاجية للاقتصاد المضيف (الاستثمارات الأجنبية المباشرة)، أو كافة صور القروض الائتمانية طويلة الأجل، التي تتم في صورة علاقة تعاقدية بين الاقتصاد المضيف لها والاقتصاد المقرض (الاستثمار الأجنبي غير المباشر).

ب- **الاستثمارات المحلية:** وتتمثل في كافة أشكال الاستثمار المذكورة سابقا، ولكن ملكية رأس المال وكافة الأصول تعود بالكامل للطرف المحلي.

المطلب الثالث: أدوات الاستثمار ومحدداته.

إن الاستثمار معرض لجملة من العوامل المسببة لتقلباته، وبالتالي لابد الاعتماد على مجموعة من الأدوات، لذا سنتطرق إلى مختلف هذه الجوانب بالإضافة إلى محدداته ضمن هذا العنصر.

أولا: أدوات الاستثمار:

تعرف أداة الاستثمار بأنها الأصل الحقيقي أو المالي الذي يحصل عليه المستثمر لقاء المبلغ الذي يستثمره، ويطلق البعض على أدوات الاستثمار مصطلح وسائط الاستثمار، وأدوات الاستثمار المتاحة للمستثمر عديدة ومتنوعة، وسيتم تناولها من خلال دراسة كل من أدوات الاستثمار الحقيقي والمالي:

1- أدوات الاستثمار الحقيقي:

هناك العديد من أصناف الاستثمار الحقيقي إلا أننا سنتناول أهمها كالاتي¹:

أ- **العقار:** تحتل المتاجرة بالعقار المركز الثاني في عالم الاستثمار بعد الأوراق المالية، ويتم الاستثمار فيها بشكلين، إما بشكل مباشر عندما يقوم المستثمر بشراء سند عقاري صادر عن بنك عقاري مثلا، أو بالمشاركة في محفظة مالية لإحدى صناديق الاستثمار العقارية، ويلاقي الاستثمار في العقار اهتمام كبير من قبل المستثمرين سواء في السوق المحلي أو في السوق الأجنبي.

ب- **السلع:** تتمتع بعض السلع بمزايا خاصة، تجعلها صالحة للاستثمار لدرجة أن تنشأ لها أسواق متخصصة (بورصات)، على غرار بورصات الأوراق المالية، ولذا فقد أصبحنا نسمع بوجود بورصة القطن في نيويورك، وأخرى للذهب في لندن، وثالثة للبن في البرازيل، ورابعة للشاي في سيريلانكا... الخ.

يتم التعامل في أسواق السلع عن طريق قيود خاصة تسمى "التعهدات المستقبلية"، وهي عقد بين طرفين منتج السلعة ووكيل أو سمسار، يتعهد فيه المنتج للسمسار بتسليم كمية معينة، وبتاريخ معين في المستقبل مقابل حصوله على تأمين أو تغطية تحدد بنسبة معينة من قيمة العقد.

¹ زياد رمضان، "الاستثمار المالي والحقيقي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 1998، ص-ص 42-48.

ج- **المشروعات الاقتصادية:** تعتبر من أكثر أدوات الاستثمار الحقيقي انتشاراً، وتنوع أنشطتها ما بين تجاري، وصناعي، وزراعي كما أن منها من يتخصص بتجارة السلع أو صناعتها أو تقديم الخدمات.

2- أدوات الاستثمار المالي:

يمكن تصنيف أدوات الاستثمار المالي إلى أصناف متنوعة، حسب معايير مختلفة ومن أهم هذه المعايير معيار الأجل، ومن خلالها يمكن تقسيم الأدوات الاستثمارية إلى آجلين رئيسيين:

أ- أدوات الاستثمار المالي قصير الأجل:

ويمكن تقسيم أدوات الاستثمار المالي قصير الأجل إلى أصناف متعددة تتمثل فيما يلي¹:

- **القروض تحت الطلب:** هي قروض تمنحها البنوك لبعض المتعاملين بالأوراق المالية في أسواق رأس المال، ومن شروطها أن يحقق للبنك استدعاء القرض في اللحظة التي يشاء، وعلى المقترض أن يقوم بالسداد خلال ساعات من طلب البنك، ولذلك فهي تحمل أسعاراً متدنية جداً ومدتها قصيرة الأجل قد لا تتجاوز يوماً أو يومين.
- **أذونات الخزينة:** عبارة عن دين قصير الأجل، فهي أوراق تقوم الحكومة ببيعها إلى المستثمرين الراغبين فيها مثل البنوك وشركات التأمين بخضم عن قيمتها الاسمية بهدف الاقتراض للأجل القصير لسد حاجات مالية قصيرة الأجل.
- **الأوراق التجارية:** هي شبيهة بأذونات الخزينة من جميع الوجوه، ولكنها تختلف عنها بأن الأوراق التجارية هي من إصدار الشركات الضخمة، بدلا من الحكومة، أي أنها أدوات اقتراض للقطاع الخاص وبذلك فهي تتصف بمخاطر أكثر بقليل من مخاطر أذونات الخزينة، وبناءً عليه فإن عائدها أكبر بقليل من الأخرى.
- **شهادات الايداع:** تعتبر وثيقة تثبت وجود وديعة في بنك بمبلغ ثابت، ولفترة محددة، وبمعدل عائد فائدة محددة. والشهادة قد تكون اسمية أو لحاملها، وعادة ما تكون بمبالغ كبيرة نسبياً، أما عوائدها فمعمفة من الضريبة.
- **العملات الأجنبية:** تحوز أسواق العملات الأجنبية على اهتمام قسم كبير من المستثمرين في عصرنا الحاضر، حيث تنتشر هذه الأسواق في شتى أنحاء العالم.

ب- أدوات الاستثمار طويلة الأجل:

يمكن تصنيف أدوات الاستثمار طويل الأجل إلى ما يلي²:

- **الأسهم العادية:** وهي أوراق مالية غير محددة الاستحقاق تحمل قيمة اسمية تحدد عند الإصدار وهي ذات عائد متحرك، تصدرها الشركة للحصول على أصول ملكية، ويحدد النظام الأساسي للشركة عادة عدد الأسهم العادية المصروح بها وهو الحد الأقصى الذي يمكن لإدارة الشركة إصداره من دون تعديل هذا النظام.
- **الأسهم الممتازة:** هي أسهم تصدرها الشركات إلى جانب الأسهم العادية، وقد سميت أسهم ممتازة لأنها تختلف عن العادية في أن لها حق الأولوية على الأسهم العادية في الحصول على حقوقها.

¹ علي سعد محمد داود، "البنوك ومحافظ الاستثمار: مدخل دعم اتخاذ القرار"، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2012، ص 176.

² ناجي جمال، "مبادئ الاستثمار في أسواق التمويل"، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012، ص-ص 51-55.

■ **السندات:** هي حصة من قرض تأخذه الشركة المصدرة من الأشخاص والمؤسسات التي تشتريها منها. فإصدار السندات يعتبر شكل من أشكال الاقتراض عندما تقوم الحكومة أو الشركات الضخمة بالاقتراض من الجمهور، فتبيع الأوراق المالية بقيمة اسمية محددة وبمعدل فائدة معين، وتستحق في فترة زمنية معينة ومحددة.

ثانيا: **محددات الاستثمار: (العوامل المحددة للاستثمار):**

من أجل نجاح الاستثمار، لا بد أن تكون له عوامل محددة إيجابية يقوم عليها، نذكر أهمها فيما يلي¹:

1- الاستثمار والقدرة على التمويل:

إن إنشاء أي استثمار يستلزم وجوب توافر رأس مال مادي لانطلاق هذا المشروع، لأن من أبرز محددات الاستثمار القدرة على التمويل أو رأس المال المادي المنطلق به، ذلك أن عامل القدرة على التمويل له أهمية بالغة في تنفيذ عملية الاستثمار، بل يأخذ المركز الأول لانطلاق العملية الاستثمارية، فإنما أن يكون التمويل عن طريق المدخرات الحقيقية للمستثمر هذا من الجانب الفردي، أما من الجانب الكلي فتعد المدخرات الحقيقية للمجتمع المصدر الأساسي لتمويل الاستثمار، وإما أن يكون من القروض المصرفية المقدمة للمستثمرين على اختلاف أنواعها. إضافة إلى وجوب توافر القدرة المالية، لا بد من توافر الخبرة على التسيير والقدرة على التسويق، فهذه القدرات كفيلة بإنشاء قدرة تمويلية مستمرة.

أما من جانب الاستثمارات المالية فإن المحدد الأول والأساسي لشراء أدوات مالية، مرتبط بمستوى الدخل أو بالقدرة المالية للمستثمر.

2- الاستثمار ومستوى الربح:

لا بد لأي مستثمر يمتاز بالرشادة الاقتصادية أن يدرس العائد قبل الانطلاق في مشاريعه الاستثمارية، فإن كان العائد أقل أو يساوي الصفر فإنه يتجنب الاستثمار في هذا المشروع، أما إن كان العائد أكبر تماما من الصفر، في هذه الحالة للمستثمر الخيار بين أمرين: إما الانطلاق في الاستثمار، وإما المفاضلة بين هذا المشروع وغيره من حيث العائد، أما في الاستثمار المالي فإن المستثمر قبل شرائه للأدوات المالية المطروحة في السوق يقوم بدراسة عائدها ودراسة الوضعية المالية لمصدري هذه الأدوات، والمفاضلة بينهم.

3- الاستثمار وسعر الفائدة:

يتحقق الكثير من الاستثمار عن طريق الاقتراض، ومن هنا سعر الفائدة عن القروض الممنوحة للمستثمرين يعتبر مؤشرا قويا على مستوى الاستثمار، فعند ارتفاعه يقل الطلب على القروض الأمر الذي يؤثر سلبا على الاستثمار.

أما من جهة الاستثمار المالي فإن سعر الفائدة يؤثر على الأدوات المالية التي تقوم على مبدأ توزيع الأرباح المعلومة في نهاية المدة المقومة على أساس سعر الفائدة، ويكون تأثير سعر الفائدة على الاستثمار المالي وفق الآلية الآتية: إن انخفاض سعر الفائدة على الإيداع الناتج مثلا عن زيادة عرض النقود سيؤدي بالمستثمرين إلى التوجه لسوق

¹ محمد عدنان بن الضيف، "مقومات الاستثمار في سوق الأوراق المالية الإسلامية"، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص-ص 33-37.

الأوراق المالية لشراء أدوات الدين المطروحة في السوق ذات سعر فائدة مرتفع مقارنة بسعر الإيداع لدى البنوك، ونتيجة للطلب عليه سيرتفع سعرها السوقي، هذا من جهة ومن جهة أخرى يتحدد الاستثمار المالي انطلاقاً من سعر الفائدة المعروض في الأدوات المالية وسعر الفائدة في مؤسسات الإيداع المالية، وذلك انطلاقاً من المفاضلة بينهما.

4- الاستثمار والتضخم:

تعتبر ظاهرة الارتفاع المستمر في الأسعار، من العوامل السلبية المؤثرة على مستوى الدخل الحقيقي، لأن ارتفاع الأسعار يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية للنقود، ومن ثم انخفاض مستوى الدخل الحقيقي للفرد وبالتالي انخفاض مستوى الاستثمار وذلك لاستحواذ الاستهلاك على معظم الزيادة في الدخل.

5- الاستثمار والتكنولوجيا:

إن مسألة التقدم التكنولوجي تعد مسألة غاية الأهمية، بالنسبة للمشروعات التي ترى ضرورة المحافظة على مراكزها التنافسية التي تهدف إلى تحسين هذه المراكز، فالتقدم التكنولوجي له آثار متعددة منها زيادة المقدرة الإنتاجية والتنافسية، بالإضافة إلى أثره المباشر في خفض التكاليف ومن ثم إمكانية تحقيق أرباح مرتفعة. وكذلك فإن الاستثمارات التي تعزز أساليب جديدة في الإنتاج تتطلب مزيداً من الاستثمارات والدافع لهذه الاستثمارات يمكن إرجاعه إلى الرغبة في تخفيض التكاليف وزيادة الإيرادات.

6- الاستثمار والعوامل النفسية والاجتماعية (التفاؤل والتشاؤم):

تضمن العملية الاستثمارية مواجهة ظروف محتملة الوقوع في المستقبل، وهذه الظروف المحتملة تبنى على الظروف الحاضرة، فلو انزلق المستثمر إلى الخطأ في دراسته حول الظروف المستقبلية سيكون عرضة للجزاءات الجسيمة. وقد تبلور الحالة النفسية ذات النظرة التفاؤلية لدى المستثمر إلى موجة من الاستثمار والتوسع، في حين تبلور الحالة النفسية ذات النظرة التشاؤمية لدى المستثمر إلى نقص في الاستثمار.

والمتفق عليه بوجه عام لدى المحللين الاقتصاديين أن التوقعات تؤدي دوراً في شأن في اتجاهات السلوك الاستثماري، سواء أثبتت هذه التوقعات أن لها ما يبررها أم لم تثبت.

إضافة إلى ذلك فهناك عوامل اجتماعية ودينية تتمثل في العادات والتقاليد، هذه العوامل تؤثر على السلوك الاستثماري للفرد، فلو كان هناك فرد مستثمر مسلم ورأى أن هناك مشروعاً استثمارياً ذو ربحية مالية لا يخالف القانون المعمول به في البلاد، وجميع المحددات الأخرى ايجابية، عدا أن يتنافى والشريعة الإسلامية أو يتنافى والعرف فإنه لا يستمر فيه.

إضافة إلى العوامل السابقة، هناك عوامل غير مباشرة ولكن لها أثر على مستوى الاستثمار منها:

- **حجم السكان:** حيث كلما زاد عدد السكان زاد الطلب الاستهلاكي مما يفتح آفاقاً للاستثمار؛
- **التركيب العمري للسكان:** فإذا كان الهرم السكاني ذا نسبة عالية من الشيخوخة فإنه يؤثر سلباً على الاستثمار نتيجة زيادة الطلب الناتجة عن الخدمات الاجتماعية المقدمة لهذه الفئة إضافة إلى نقص اليد العاملة.

المطلب الرابع: أهمية الاستثمار، محفزاته والمخاطر التي تواجهه.

إن للاستثمار أهمية بالغة وهذا ما يجعل الدولة جاهزة لتوفير المناخ المحفز والمشجع له إلا أن هذا لا يمنع من وجود العديد من العراقيل وفيما يلي نتطرق إلى أهمية الاستثمار والمحفزات وكذا المخاطر التي تعترضه.

أولاً: أهمية الاستثمار:

إن العرض السابق المبسط لما يشتمل عليه الاستثمار بين لنا مدى أهمية الاستثمار في الحياة الاقتصادية

للمجتمع، وإذا أردنا أن نظهر النقاط التي تجعل من الاستثمار ظاهرة هامة فإننا نذكر مايلي¹:

- 1- مساهمة الاستثمار في زيادة الدخل القومي وزيادة الدخل القومي وزيادة الثروة الوطنية وذلك لأن الاستثمار يمثل نوعاً من الإضافة إلى الموارد المتاحة أو تعظيم هذه الموارد أو تعظيم درجة المنفعة التي تنجم عن الموارد المتاحة؛
- 2- مساهمة الاستثمار في إحداث التطور التكنولوجي وذلك من خلال إدخال التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، وتكييفها مع الظروف الموضوعية للمجتمع؛
- 3- مساهمة الاستثمار في مكافحة البطالة من خلال استخدام العديد من الأيدي العاملة ومن ثم، محاربة الفقر والجهل وبعض أشكال التخلف؛
- 4- مساهمة الاستثمار في دعم البنية التحتية للمجتمع، لأن الاستثمار في مشروع ما قد يتطلب أو يتصاحب بإقامة بناء أو شق طريق أو إقامة جسر أو حديقة... الخ؛
- 5- مساهمة الاستثمار في الأمن الاقتصادي للمجتمع، وهذا أمر يرتبط بتأمين احتياجات المواطنين من خلال قيام المشروعات الاستثمارية التي تعنى بتقديم السلع والخدمات الأساسية والكمالية، وتنهاي التبعية لمجتمع آخر؛
- 6- مساهمة الاستثمارات في دعم الموارد المالية للدولة وذلك من خلال سداد ما يترتب على المشروع من ضرائب للحكومة لكي تقوم الأخيرة بصرفها باستخدام هذه الموارد وفق مقتضيات المصلحة العامة؛
- 7- مساهمة الاستثمار في توظيف أموال المدخرين، فهناك مدخرون للأموال ولكنهم لا يعرفون كيفية تشغيلها وهنا يكمن دور الاستثمار في توظيف هذه المدخرات وتقديم العوائد للمدخرين؛
- 8- مساهمة الاستثمار في تنفيذ السياسة الاقتصادية للدولة من خلال التوجه إلى إنشاء المشروعات التي تحقق هذه السياسة.

ثانياً: محفزات الاستثمار:

إن مجرد توفر فوائض نقدية أو مدخرات، لدى الأفراد والمؤسسات، لا يكفي لكي تنشط حركة الاستثمار، بل يجب أن يرافق ذلك توفر مجموعة من العوامل التي تخلق حافزاً لدى من لديهم مدخرات لتحويلها إلى استثمارات نذكر منها²:

¹ مروان شموط، كنجو عبود كنجو، "أسس الاستثمار"، الشركة العربية المحددة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008، ص 10، 11.

² محمد مطر، "إدارة الاستثمارات: الإطار النظري والتطبيقات العلمية"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2006، ص 08.

1- توفر درجة عالية من "الوعي الاستثماري" لدى الأفراد والمؤسسات، لأن مثل هذا الوعي يجعل المدخرين يشعرون بالحس الاستثماري، الذي يجعلهم يقدرون الإيرادات المترتبة عن توظيف مدخرات في شراء الأصول المنتجة، وليس مجرد تجميدها في شكل أوراق بنكية، ربما تتناقص قيمتها الشرائية في المستقبل، بفعل عامل التضخم والأزمات المالية المحتملة.

2- ينبغي توفير المناخ الاجتماعي والسياسي الملائم لعمليات الاستثمار، وذلك بتوفير الحد الأدنى من الأمان، الذي يشجع المدخرين على تقبل المخاطرة المصاحبة للاستثمار، ومن أهم عوامل توفير المناخ المناسب للاستثمار، خلق قوانين وتشريعات، تنظم وتشجع عمليات الاستثمار، وتحفز وتحمي حقوق المستثمرين، سواء كانوا محليين أو أجنب، وتنظم المعاملات في الأسواق المالية وينجر عن توفير جو الاستقرار الاقتصادي والسياسي، جعل الطمأنينة، وعدم الخوف في نفوس المدخرين والمستثمرين.

3- من محفزات الاستثمار كذلك، توفر سوق مالي كفو وفعال، يوفر المكان والزمان المناسبين، يعطي للمدخرين فرصة في استثمار أموالهم، وللمقترضين في الحصول على تلك الأموال.

وبصفة عامة يعطي فرص الاستثمار لكل واحد منهم في اختيار المجال المناسب من حيث أداة الاستثمار والتكلفة والمخاطرة. وما يميز السوق المالي، من حيث الكفاءة في توفير صفة الديناميكية، وسرعة الاستجابة للأحداث، وتوسيع هذا السوق، والتسهيلات المناسبة وقنوات الاتصال النشطة، بالإضافة الى التقنين الخاص بهذه المعاملات المالية في مجال الاستثمار.

ثالثا: مخاطر الاستثمار:

مخاطر الاستثمار بكل بساطة هي عدم التأكد من تحقق العائد المتوقع من وراء الاستثمار بل قد تمتد تلك المخاطرة لتشمل المال المستثمر (رأس المال) بالإضافة الى العائد المتوقع، وبما أن لكل نوع من أنواع الاستثمار عائد فإنه أيضا لكل نوع من أنواع الاستثمارات مخاطرة ولكن هذه المخاطرة قد تكون كبيرة مرتفعة وقد تكون قليلة متدنية. عادة تقسم المخاطر الى قسمين رئيسيين كالآتي¹:

1- المخاطر النظامية: تتعلق بالنظام العام في الأسواق وحركتها وعوامل طبيعية وعوامل سياسية.. الخ، ومثل هذه المخاطر لا ترتبط بنوع معين من الاستثمار وإنما عندما تقع قد تصيب مجالات وقطاعات الاستثمار.

2- المخاطر غير النظامية: هي المخاطر التي تبقى بعد طرح المخاطر النظامية مثل التغيرات في أسعار الفائدة وتدهور العمليات الانتاجية، ومثل هذه المخاطرة عندما تقع قد تصيب مجال معين من الاستثمار ولا تصيب مجال آخر.

¹ طاهر حردان، "أساسيات الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص - ص 16-

إضافة إلى ذلك يمكن أن نعدد من مخاطر الاستثمار ما يلي:

أ- مخاطرة العمل: هي المخاطرة التي قد تنتج عن الاستثمار في أدوات عائدة إلى مجال عمل معين قد يفشل هذا العمل وبالتالي لا تتحقق أهداف الاستثمار.

ب- مخاطرة السوق: هي المخاطرة التي قد تنتج عن التغيير العكسي في أسعار أدوات الاستثمار المتعامل بها أو الضمانات العائدة لها نتيجة تقلب أوضاع السوق.

ج- مخاطرة السعر: هي المخاطرة التي قد تنتج عن الاستثمار في أسعار فائدة منخفضة إذا ما ارتفعت الفائدة بعد ذلك، أو المخاطرة التي قد تنتج عن خسارة الفائدة المرتفعة إذا ما تم الاستثمار لأجل قصيرة.

د- مخاطرة القوة الشرائية للنقود: هي المخاطرة التي تنتج عن الارتفاع في المستوى العام للأسعار الذي يؤدي بدوره إلى الانخفاض في قيمة النقود معبرا عنها بالقوة الشرائية.

هـ- المخاطرة المالية: هي المخاطرة الناجمة عن عدم القدرة على سداد الأموال المقترضة لغايات الاستثمار أو حتى عدم القدرة على تحويل الاستثمارات إلى سيولة نقدية بأسعار معقولة.

و- المخاطرة الاجتماعية أو التنظيمية: هي المخاطر التي تنجم عن التغيرات العكسية في الأنظمة الاجتماعية والتعليمات والقوانين التي يكون من شأنها التأثير على مجالات الاستثمار وأسعار أدوات الاستثمار (تنجم عن سن التشريعات المتعلقة في التأمين والمصادرة أو رفع معدلات الضرائب والرسوم على الانتاج.. الخ).

من خلال الإلمام بالجوانب المختلفة للاستثمار تم التوصل إلى أن هذا الأخير عنصر حساس لكثير من العوامل والمحددات المؤثرة فيه، لذلك كان الاستثمار كثير التقلبات وغير مستقر.

وتعود هذه العوامل إلى طبيعة المحددات والخصائص التي تميز كل نوع استثماري عن الآخر، حيث تعمل المكونات على إيجاد تلك المحددات والعوامل لجذب وتطوير وترقية الاستثمار والحد من المخاطرة، بمعنى أنها تعمل على تحسين بيئة أداء الأعمال أو توفير المناخ المناسب للاستثمار.

المبحث الثاني: عموميات حول النشاط الفندقية.

يعتبر النشاط الفندقية اليوم من أهم الأنشطة الاقتصادية المتطورة في جميع أنحاء العالم، وقد اهتمت معظم الدول بهذا النشاط باعتباره أحد مظاهر التقدم لأي بلد إلى أن أصبح يطلق عليه اصطلاح " الصناعة الفندقية". وظهرت منشآت فندقية ضخمة تنتشر فروعها في جميع أنحاء العالم.

المطلب الأول: نشأة وتطور صناعة الفنادق.

لقد أصبحت صناعة الفنادق من أهم المجالات التي يبرز دورها اليوم ويتألق ونحن على أعتاب القرن 21 م، فالتنمية الصناعية للعديد من الدول أصبحت تعتمد على هذه الصناعة العصرية لزيادة دخلها القومي ونتاجها الاقتصادي على حد سواء¹.

تعتبر الفندقية صناعة سياحية لمؤسسة تجارية تشكل مزيجاً من الخدمات المتجانسة أو بالمفهوم الكلاسيكي فإن صناعة الفندقية عبارة عن المنشآت والمؤسسات السياحية التي تقدم مجموعة من الخدمات التي يتم من خلالها عرض غرف ومنازل جاهزة وذلك بعقد ايجار لفترة مؤقتة². كما يمكن القول بأن الفندق هو "المكان الذي يستطيع المكوث فيه جميع أولئك الذين يحسنون التصرف ويستطيعون دفع أجور إقامتهم وتسليتهم والخدمات الأخرى كالطعام فيكون لهم بمثابة بيت مؤقت، بيت بعيد عن البيت تتوفر فيه جميع مستلزمات الراحة لكنه مقابل أجور محددة"³. وعليه مرت الفنادق من ناحية التطور التاريخي بعدة عصور، يمكن تقسيمها إلى العصور القديمة، والعصور الوسطى، والعصر الحديث، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الفنادق في العصور القديمة:

ظهرت الفنادق عند الإغريق في أحضان المعابد، حيث كان الحجيج يقدون إلى أماكن العبادة لتقديم القرابين والفروض الدينية. ولذلك أنشأ الكهنة أماكن الضيافة حول المعابد وكانوا يتقاضون دخلها لأنفسهم، وبعد اتساع رقعة الإمبراطورية اليونانية (الإغريقية) ظهرت الأماكن المخصصة التي تأوي التجار الذين يقدون إلى العاصمة، وبنفس الكيفية أنشأت أماكن ضيافة في المدن والموانئ، لتحقيق الأغراض التجارية، ليس هذا فحسب، بل ظهرت النزل الرياضية في بلدة "أوليمبيا" والتي كانت مخصصة للرياضيين.

وعند الرومان -الإمبراطورية الرومانية- أنشأت الخانات على مشارف المدن وداخلها على طول الإمبراطورية، حيث إليها الجنود العائدون من المعارك، والتجار والمسافرين العابرون، الذين يجدون فيها الإقامة والطعام والشراب والرقص والغناء، بقصد ابتزاز أموالهم، وكانت سيئة السمعة، ولم يرد ذكر للفندقية في الشرق القديم، نظراً لأن الشعوب

¹ فرح عبد الوهاب الزناتي، "إدارة الفنادق"، منشورات إلجا، فالينا، مالطا، 1998، ص 9.

² طارق طه، "إدارة الفنادق والمكاتب السياحية"، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 91.

³ عبد العزيز مصطفى أبو نبعة، "التسويق المعاصر: المبادئ النظرية والتطبيق"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص

الشرقية كانت تمتاز بكرم الضيافة، فمثلا في مصر القديمة كان الغريب عن الديار ينتقل بين ربوعها، فينزل ضيفا على أهلها، فهناك على سبيل المثال دوار العمدة، الذي كان الضيف يجد فيه الإقامة، والإعاشة بدون مقابل، ومازالت هناك الكثير من ذلك في مصر الحديثة حيث اليوم خاصة مع الغرباء عن المنطقة¹.

ثانيا: الفنادق في العصور الوسطى:

المعتقدات الدينية في هذه الفترة كان لها تأثير على العمل الفندقية وكان يشار إلى النزول التي تقدم خدماتها بدون مقابل، جزء من مفهوم الرجل الصالح، ومع حلول القرن السادس والسابع عشر أصبحت الفنادق تتخذ صبغة تجارية، وهنا تحددت المهام الأساسية للفنادق في تقديم خدمات: الإقامة، الإطعام والترفيه. في بريطانيا التي عرفت تطورا هائلا في النشاط الفندقية شيدت الفنادق بجوار الطرق القريبة من المواصلات (العربات) مع تقديم خدمات ذات جودة، وقد استلزم لتشييد الفنادق الحصول على تراخيص من حاكم المنطقة التي يقع فيها الفندق وما يميز الفنادق في هذه الفترة أنها مبنية بسور خارجي من الحجارة وبارتفاع كبير لحماية الفنادق من الأخطار الخارجية، ومع بداية القرن الثامن عشر ظهرت الأماكن المخصصة لتقديم القهوة في العديد من الفنادق، ويعد فندق (Henri IV) الذي بني في مدينة (Nantes) بفرنسا من أشهر فنادق هذا العصر وكان يضم 60 سريرا، واعتبر آنذاك أفضل فنادق أوروبا².

ثالثا: الفنادق في العصور الحديثة:

أخذت العيوب التي التصقت بالفنادق في العصور الوسطى بالتلاشي والاختفاء، وأصبحت الفنادق حاليا تتحرى راحة الضيف، وتقديم كافة الخدمات التي تشبع حاجاته ورغباته، ليس هذا فحسب، بل هناك تطورات مستمرة ودائمة في هذا المجال³.
فبداية من القرن التاسع عشر شهد العديد من الفنادق نموا كبيرا وتحسنا في نوعية الخدمات المقدمة، كان لفندق (Ter mont Hôtel) بمدينة بوسطن الأمريكية الفضل في إحداث نقلة نوعية في خدمات الفندقية، بالإضافة إلى الخدمات الأساسية المنوطة بالفنادق أصبح هذا الفندق يقدم لكل زبون غرفة فردية بمفتاح لزيادة درجة الخصوصية مع توفير المياه والصابون داخل كل غرفة وتزويدها بمصايح الغاز وإسناد مهمة الإشراف على مطعم الفندق لمدير فرنسي في سنة (1853) تم استخدام المصاعد البخارية لأول مرة، وفي سنة (1875) تم بناء فندق ضخيم في سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية ويضم هذا الفندق 800 غرفة بتكلفة قدرها خمسة ملايين دولار ليصبح المكان المفضل عالميا لإقامة الاحتفالات والمهرجانات الكبرى، وفي سنة (1894) أصبح فندق (Netherhands) بنيويورك أول فندق يمتلك هاتف.

¹ محمد حافظ حجازي، "إدارة المنظمات الفندقية - وظائف المنظمة -"، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، (دون سنة)، ص ص 390، 391.

² محمد يزيد صالح، عبد الوهاب بن بركة، "تسويق الخدمات الفندقية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، يومي: 06 و 07 نوفمبر 2013، ص 13

³ وليد نافع قميحة، "الإدارة الفندقية نمو وتطور صناعة الفنادق"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 09.

وزادت حدة تطور الفنادق حيث تم إدخال حمامات خاصة لكل غرفة وإدخال نظام الحجز وهذه الخدمة الأخيرة تعتمد على تسجيل بيانات النزلاء والغرف التي يفضلونها وتسجيلها في سجلات خاصة إذا عاود الزبائن الرجوع لذلك الفندق، ومع التطور في المواصلات وظهور القطارات في أوائل سنوات (1900) تمركزت الفنادق بقرب محطات السكك الحديدية. إلا أنه مع ظهور الأزمة الاقتصادية (1929 إلى 1935) أفلست الكثير من الفنادق. أما في بداية الخمسينات، ظهرت السلاسل الفندقية مثل سلاسل "هيلتون، سوفيتيل التابعة لمجموعة أكور..."، حيث عملت هذه الفنادق لإعطاء صور ونماذج خاصة بها لتمييزها عن بقية السلاسل الأخرى. وفي بداية الستينات ظهرت العديد من التحالفات السياحية، حيث ارتبطت مؤسسة طيران ^{*}TWA الأمريكية بالتعامل مع سلسلة فنادق هيلتون، وقامت الفنادق بتنفيذ بعض البرامج السياحية والتي تمثلت في قيام الكثير من الفنادق الأمريكية بتنظيم رحلات سريعة لزبائنها إلى العواصم الأوروبية وبأسعار منخفضة للغاية. في فترة الثمانينات أنشأت الفنادق داخل مبانيها النواحي الصحية، حمامات السباحة، قاعات ممارسة الرياضة وملاعب التنس والاسكواش والرغبي والغولف. أما منتصف التسعينات فقد شهدت نموا هائلا من حيث عدد وأحجام الفنادق وانتشار المنتجعات مثل منتجع شرم الشيخ بمصر¹.

المطلب الثاني: طبيعة النشاط الفندقية.

يتميز النشاط الفندقية عن غيره من النشاطات الاقتصادية سواء كانت صناعية، تجارية، زراعية أو خدمية، فمثل هذه الميزات والخصائص للنشاط الفندقية تستدعي أخذ مجموعة من الاعتبارات عند اختيار وإعداد وتصميم النظام المحاسبي الملائم لتحقيق الأهداف المنشودة وزيادة فعالية التشغيل وتحقيق الدقة المطلوبة في العمليات المحاسبية، ومنه فإن أهم مميزات النشاط الفندقية مايلي²:

أولا: الموسمية والتذبذب في معدلات الطلب:

يختلف ويتباين مستوى النشاط الفندقية من عام إلى عام آخر حسب النشاط الاقتصادي، كما يختلف من موسم إلى آخر حيث يمكن تقسيم المواسم الفندقية النادرة، موسم الركود، وما بينها. إضافة إلى اختلاف موسم النشاط الفندقية في الشهر الواحد وأيضا اليوم الواحد وهذا يعتمد على طبيعة الخدمات التي يقدمها والسوق المستهدف.

ثانيا: التعامل النقدي السريع:

يتم التعامل نقدا في النشاطات الفندقية وبمبالغ صغيرة نسبيا، باستثناء العملاء الدائمين من مؤسسات ووسطاء تجاريين حيث يتم تحويل حساباتهم إلى استناد المدينين على أن لا يتجاوز الحساب الحد الأعلى المسموح به.

* TWA : Trans World Airlines

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص ص 97، 98.

² محمد يزيد صالح، عبد الوهاب بن بركة، مرجع سبق ذكره، ص ص 17، 18.

إضافة إلى اتسام المعاملات المالية مع العملاء بالسرعة، فالعميل يقيم لفترة يوم أو بضعة أيام ثم تنتهي علاقته المحاسبية مع الفندق، فلا بد من تحصيل ما يستحق عليه قبل مغادرته الفندق.

لا شك أن هذا يعني ضرورة توفر نظام محاسبي له نفس السرعة والدقة في عمليات تسجيل ونقل الحسابات الخاصة بالعملاء، مثل هذا النظام يفترض أن ينظم حساب العميل بشكل دقيق و متكامل في أية لحظة حتى لا يتحمل الفندق خسائر فادحة، غير أن غالبية الدول النامية لا تتوفر على مثل هذا النظام.

ثالثا: تنوع النشاط الفندقية:

النشاط الرئيسي للفنادق هو النشاط الخدمي إلا أنه يقوم ببعض الأعمال أو الوظائف ذات طابع تجاري، صناعي، زراعي ألا وهو الخدمات، يقوم الفندق بتأجير المحلات التجارية وشراء المواد اللازمة لتحضير الأطعمة والمشروبات كنشاط تجاري، كذلك يمارس الفندق النشاط الصناعي من خلال تحويل المواد الخام إلى وجبات غذائية جاهزة للعملاء. ويتمثل النشاط الزراعي في بعض السلاسل الفندقية التي تشرف على إدارة مزارع خاصة بما يتناسب مع حاجاتها وبيع الفواض في الأسواق.

أما النشاط الخدمي فهو السائد والغالب في النشاط الفندقية حيث يقوم الفندق بتقديم الخدمات الخاصة بالإيواء والأطعمة والمشروبات.

رابعا: جغرافية النشاط الفندقية:

يتم النشاط الفندقية بمناطق استراتيجية من وجهة نظر سياحية حيث يزداد الطلب على الخدمات الفندقية في مواقع معينة كما هو الحال في زيادة معدلات الطلب على خدمات الفنادق مثلا سوسة والحمامات بتونس، وسيدي فرج وبجاية بالجزائر.

خامسا: تأثير النشاط الفندقية بأذواق المستهلكين:

يستقبل الفندق يوميا مزيجا من العملاء ذوي ثقافات وجنسيات وأذواق مختلفة، ويحاول إشباع حاجات ورغبات جميع شرائح العملاء من خلال الغرض الفندقية المناسب من الغرف الفندقية، الأغذية والمشروبات الخ.. الخ.

سادسا: الاعتماد على العنصر البشري:

يعتمد النشاط الفندقية على الأيدي العاملة التي يصعب إحلالها بالتكنولوجيا الحديثة، نظرا لضرورة وجود علاقات إنسانية يتوفر فيها الأحاسيس والتعامل اللائق وحسن الاستقبال، فالعنصر البشري هو الوحيد الذي تزداد قيمته مع مرور الزمن، على عكس الموارد الأخرى التي تتناقص قيمتها مع مرور الزمن.

مع وجود هذه المميزات إلا أن هناك بعض العيوب متمثلة في ساعات العمل الطويلة إضافة إلى اختلاف الورديات بين صباحية ومسائية وليلية ومعاناة بعض العاملين من ضغط العمل اليومي وتوسع الإدارة الفندقية ممثلة في فريق العمل الإداري والمالي لتحقيق عدة أهداف على مدار العام من بينها:

زيادة الإيرادات، تقليل التكاليف إضافة إلى إعطاء صورة حسنة للفندق، والأهداف الفندقية السابقة لا يمكن تحقيقها فقط من خلال المعدات والتكنولوجيا الحديثة وإنما بجهد وإخلاص العاملين. فالامتياز ونجاح الإدارة الفندقية هو نتاج جهودات العاملين المخلصة¹.

بناء على ما سبق يتضح لنا جليا أهم خصائص الصناعة الفندقية في النقاط التالية²:

- دعم اقتصاد الدولة من خلال الإيرادات، فهي تساعد في تحسين ميزان المدفوعات؛
- أن أساس الخدمة الفندقية هي الترفيه والتسلية والراحة والإقامة؛
- الخدمة الفندقية يحضر مستهلكوها إليها ولا تذهب إليهم؛
- صعوبة الحكم على جودة الخدمة لأنها تكون غالبا غير ملموسة؛
- لا يمكن تخزين الصناعة الفندقية لاستعمالها عند الطلب في فصول الذروة؛
- تعتمد الخدمة الفندقية على العامل البشري.

أما آثار الصناعة الفندقية فيتمثل أهمها في النقاط التالية³:

- تدعيم تعارف وتقريب الصلة بين الشعوب حيث ينتج تبادل حضاري وسلوكي عند اختلاط السائحين بالمواطنين؛
- إعطاء بعدا للبلد المضيف كالأمان وحسن الضيافة ورفع مستوى الخدمات والنظافة زيادة عن محاولة إزالة بعض السلبيات من الفوضى في الشارع العام؛
- الصناعة الفندقية تؤثر في قليم وتنمية صناعة وإنتاج موازية مما يؤدي إلى تخفيض البطالة وإيجاد مجالات جديدة لفرص العمل؛
- تحول فنادق المناطق النائية الطاردة لليد العاملة إلى جاذبة لها مما يساهم في التوزيع العادل للثروة بالمجتمع؛
- الصناعة الفندقية تؤدي إلى تطوير صناعات أخرى وقيامها وتحسين ظروف المعيشة.

المطلب الثالث: التصنيف الفندقية.

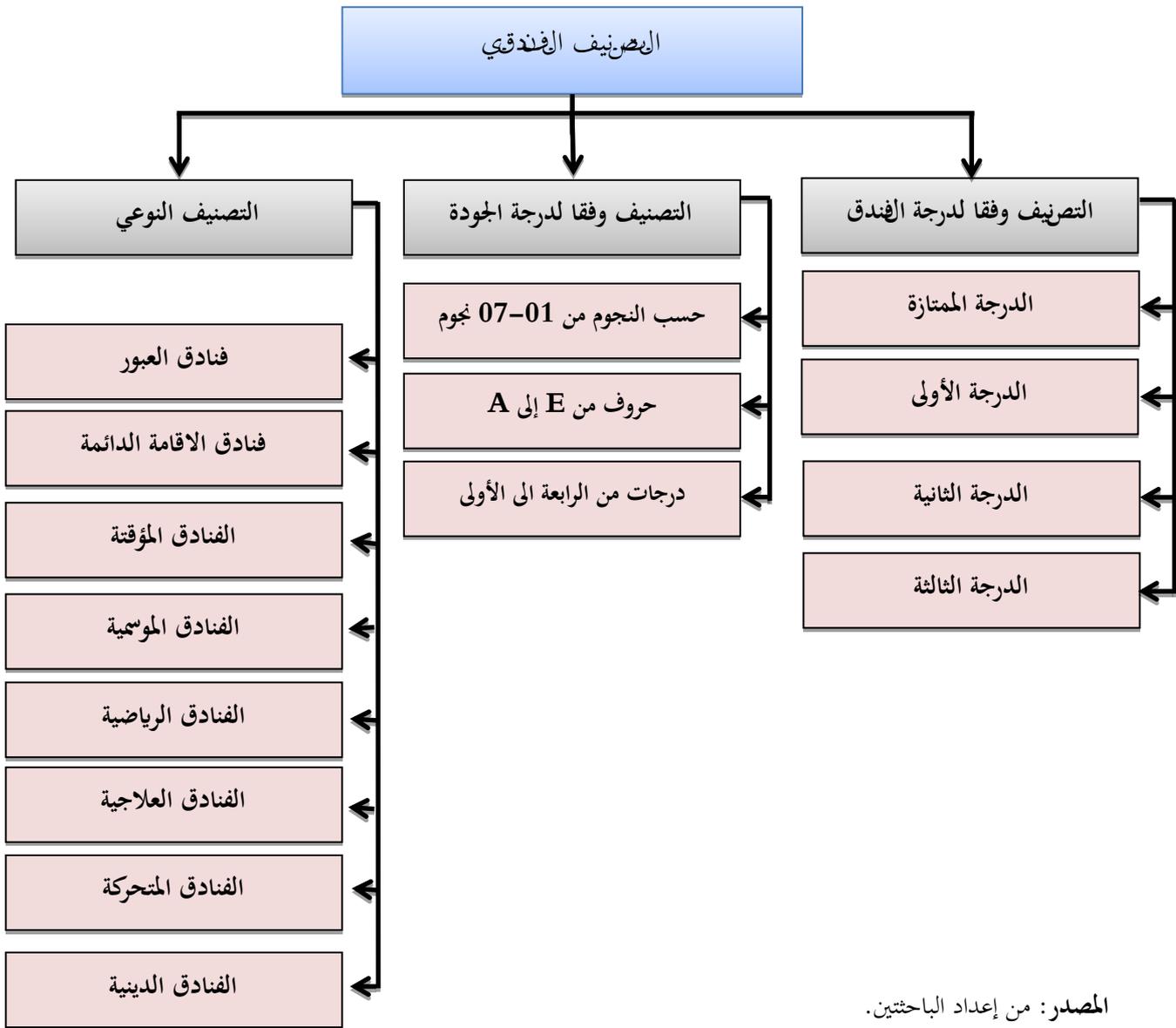
نظرا لتعدد الأسفار في العصر الحديث وتطور وسائل النقل باختلاف أنواعها (البرية، الجوية، والبحرية) وازدياد رغبة الأفراد في التنقل من بلد إلى آخر بحثا عن الراحة، أو العلاج أو التجارة أو الرياضة، تعددت أنواع الفنادق الموجودة في العالم واختلفت باختلاف طبيعتها والغرض الذي أنشأت من أجله. فتتقسم الفنادق عادة إلى أصناف حسب درجة الجودة ومستوى الخدمات ونوعيها التي تقدمها ويختلف ذلك من دولة إلى أخرى، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

¹ "الفندقة: محاسبة فندقية"، منشورات المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، ص 3، 4.

² ماضي بلقاسم، حنان بروجم، "مكانة الخدمات الفندقية في المزيج التسويقي الفندقية: دراسة حالة فندق سييوس الدولي"، ورقة بحث مقدمة إلى المنتدى الوطني حول: "السياحة والتسويق السياحي في الجزائر: إمكانيات وتحديات تنافسية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، يومي: 27 و28 أكتوبر 2009، ص 02.

³ المرجع نفسه، ص 02.

الشكل رقم(02): التصنيف الفندقية:



أولاً: التصنيف الفندقية وفقاً لدرجة الفندق:

- هذا التصنيف عالمي ولكل درجة خدمات معينة تقدمها الفنادق وأسعار تتلاءم مع درجتها كالاتي¹:
- الدرجة الممتازة: هي الأرقى الأعلى سعرا، حجمها كبير، خدماتها متميزة والأطعمة والخدمات فيها ممتازة؛
 - الدرجة الأولى: تصنف ضمن الراقية، كل غرفة بها حمام وتلفاز وهاتف وخدماتها وأسعارها أقل من الممتازة؛
 - الدرجة الثانية: خدمات هذه الدرجة أقل وأسعارها أقل وخدمة الحمام لكل أربع أو خمس غرف؛
 - الدرجة الثالثة: هي محدودة الأسعار والخدمات، تكون الفنادق فيها أشبه بالشعبية.

¹ مروان أبو رحمة، "مبادئ إدارة الفنادق"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية الأولى، 2014، ص 31.

ثانيا: التصنيف الفندقية حسب درجة الجودة:

حيث نجد التصنيفات التالية¹:

- حسب النجوم: من 01 نجمة إلى 07 نجمة؛
- حروف من E إلى A؛
- درجات من الرابعة إلى الأولى.

وتعتمد هذه التصنيفات على معايير موضوعية: مساحة الغرف، وجود التلفاز، دورة المياه حسب كل طابق أو داخل الغرفة نفسها، الانترنت.. الخ. ومع ارتفاع حركة السياحة العالمية خلال القرن الحالي، فقد شهدت الخدمات الفندقية تطورات نوعية خاصة لدى المنظمات الفندقية الصغيرة.

ثالثا: التصنيف النوعي:

يمكن تقسيم الفنادق من الناحية النوعية إلى الأنواع الآتية²:

- 1- **فنادق العبور**: يعتبر هذا النوع من أهم الفنادق وأكثرها انتشارا في العصر الحديث و الأسمى، في المدن التجارية والمناطق الصناعية الكبرى، حيث تتشابك قنوات النقل وتتقابل الطرق البرية والسكك الحديدية، وحيث تنتشر المحطات الرئيسية والموانئ البحرية والمطارات، وعادة تقام هذه الفنادق على مساحات محدودة من الأرض كما يقل الاهتمام بالتأثيث بعكس ما هو موجود في الفنادق السياحية الأخرى، وتشتمل فنادق العبور على الأنواع التالية: فنادق المدن، فنادق المطارات، بيوت الشباب والاستراحات السياحية.
- 2- **فنادق الإقامة الدائمة**: هي الفنادق التي يكون غرضها إيواء النزلاء لفترة طويلة حيث يقيمون فيها لمدة سنة مثلا، وتقدم لهم الخدمات المعتادة التي تقدم لنزلاء الفنادق العادية، ويطلق عليها لفظ "بيت جماعي"، وتكون أسعارها منخفضة عن الفنادق الأخرى، ويمكن أن تحتوي على جميع المنافع الصحية ولوازم المطبخ ووسائل التدفئة والغاز.
- 3- **الفنادق المؤقتة**: هي عبارة عن نوع من المعسكرات الفندقية التي تقام لفترة محدودة لمناسبة معينة، وينتهي عملها بمجرد انتهاء المناسبة التي أنشأت من أجلها، وتجهز عادة بكافة ما يلزم للإقامة من أثاث ضروري، وأدوات صحية وإضاءة ومياه صالحة للشرب والاعتسال وغيرها.
- 4- **الفنادق الموسمية**: هي تلك الفنادق التي يلجأ إليها النزلاء لقضاء فترة محددة قد تكون طويلة أو قصيرة وفقا للموقع والعوامل الطبيعية التي تمتاز بها المنطقة، سواء كانت في فصل الشتاء على الجبال الثلجية أو فصل الصيف على شواطئ البحر، وتتطلب هذه الفنادق توافر وسائل مختلفة للتسلية والترفيه كالملاهي والألعاب الأخرى، حتى لا يشعر النزلاء بالملل والضيق خلال الفترة الطويلة التي يقيمون فيها. كما يجب أن تتوفر على صالات كبيرة للانتظار ومكتبات وملاعب للتنس ومسابح إن أمكن.

¹ أحسن العايب، "دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية- دراسة حالة فندق سييوس الدولي- عنابة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، مانجمنت، تخصص تسويق، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2009/2008، ص 10.

² المرجع نفسه، ص- ص 15- 17.

5- الفنادق الرياضية: تقام بالقرب من الملاعب الرياضية وغالبا ما توجد في المدن الرياضية أو القرى الأولمبية ببعض الدول الأوروبية وغيرها، ويراعي في تصميمها تجهيزها بالملاعب والأدوات والأجهزة الرياضية التي يستخدمها الرياضيون، وتقدم فيها الوجبات التي تتناسب مع حاجاتهم إلى أسلوب غذائي معين، بالإضافة إلى إمكانية تقديم الوجبات العادية لباقي النزلاء العاديين.

6- الفنادق العلاجية: تقع بالقرب من المياه المعدنية والكبريتية، يقصدها المرضى الراغبون بالاستشفاء والعلاج، وبها حمامات وأطباء مختصون بالعلاج الطبيعي، وتكثر هذه الفنادق في النمسا وسويسرا، وبلغاريا... وقد تطورت الخدمات في الفنادق العلاجية لتشمل العلاج الصحي. وتوجد هذه الفنادق في أماكن خالية من الضوضاء ويتوفر بها الجو الصحي المناسب.

7- الفنادق المتحركة: تعد الفنادق المتحركة في واقع الأمر من الأنواع المستحدثة والفريدة من نوعها في صناعة الفنادق، وتقام عادة على أسطح متحركة سواء على سطح الماء، مثل الفنادق العائمة أو على سطح الأرض كعربات النوم في القطارات أو الكرفانات المقطورة خلف السيارات، وتسافر هذه الفنادق إلى مسافات طويلة، ولذلك فإنها تجهز بمختلف وسائل اللهو والتسلية خاصة في الفنادق العائمة التي تشهد تطورا كبيرا في عصرنا الحالي.

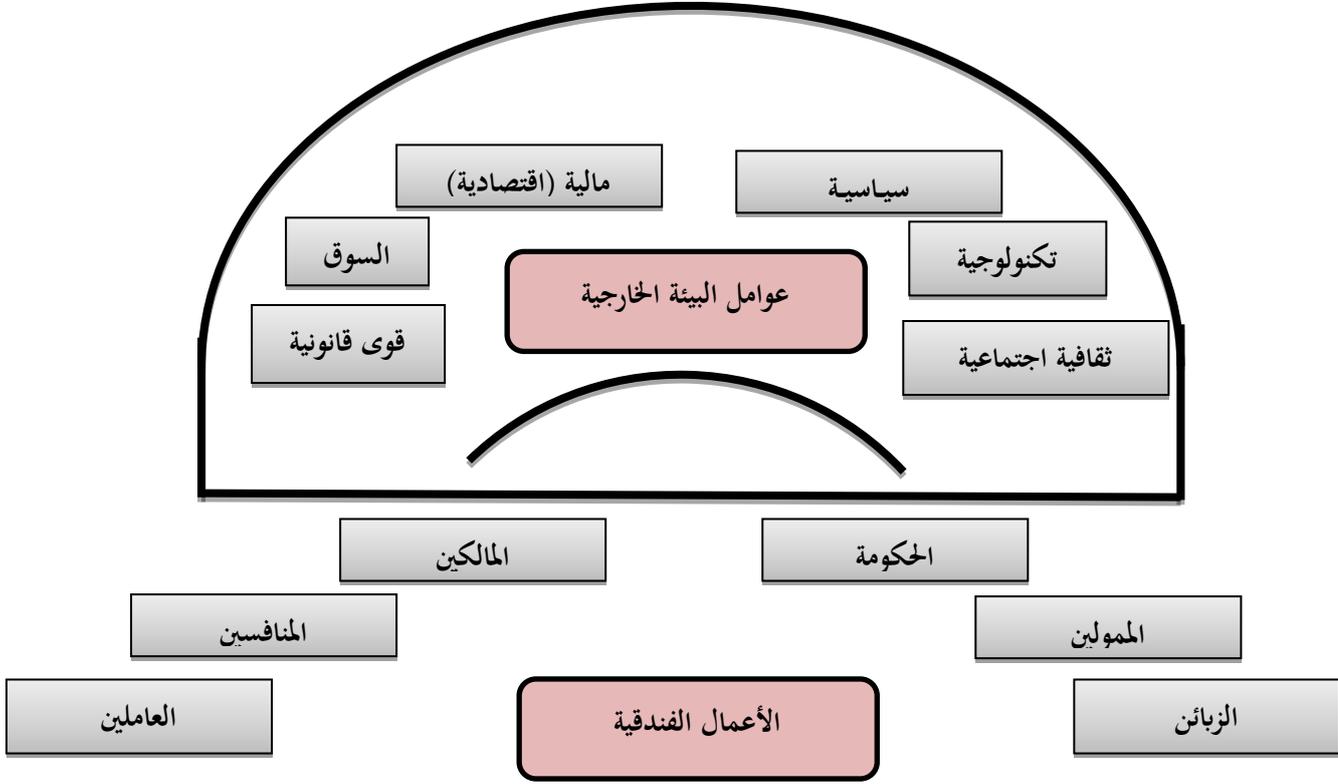
8- الفنادق الدينية: تمتاز هذه الفنادق بالمناخ الروحاني بسبب وجودها بالأماكن الدينية المقدسة، وتعتبر فنادق خاصة بنوعية من النزلاء من ذوي العقائد والتسامح والتدين وتتوفر بها جميع الخدمات ما عدا الخدمات التي تتنافى مع الديانات والعقائد¹.

¹ مروان أبو رجمة وآخرون، "مبادئ إدارة الفنادق"، مرجع سبق ذكره، ص 28.

المطلب الرابع: العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في النشاط الفندقية.

بإمكاننا إعطاء صورة مختصرة عن العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في طبيعة النشاط الفندقية كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): العوامل الخارجية والداخلية المؤثرة في العمل الفندقية.



المصدر: مروان أبو رحمة وآخرون، "مبادئ إدارة الفنادق"، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص 167.

إن الشكل أعلاه يوضح أهم العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في النشاط الفندقية، ويمكن إبراز تأثير عناصرها على النحو التالي¹:

أولاً: العوامل الخارجية المؤثرة في طبيعة النشاط الفندقية:

بشأن عوامل البيئة الخارجية الستة (Extral Factors) لكل واحد منها تأثير غير مباشر على التنظيم الفندقية.

فالقوى القانونية المحيطة بالفندق تكون أكثر تأثيراً وتعقيداً لأن معظم التشريعات والقوانين والأنظمة سوف تنعكس على نشاط الفندق مثلاً نظام الضرائب وقوانين العمل الخاصة بتشغيل العاملين وتشريعات الاستيراد والتصدير

¹ مروان أبو رحمة وآخرون، "مبادئ إدارة الفنادق"، مرجع سبق ذكره، ص - ص 167 - 170.

للمواد الغذائية والتكنولوجية .. الخ. أما فيما يخص حالة السوق فإنه يتسم بسمات خاصة نذكر منها العلاقة بين الزبائن ومقدمي الخدمات، وشروط السوق، وحالة المنافسة بين الشركات الفندقية. كما تلعب العوامل المالية دورا فاعلا في نشاط الفندق من خلال قرارات الاستثمار مثلا، معدلات الفائدة ومستويات التبادل والضرائب.

أما العوامل السياسية فيمكن أن يكون لها دور مؤثر على العوامل الاقتصادية والقانونية الخاصة بالبلد المستقبل للسياح.

والعوامل التكنولوجية في السنوات الأخيرة كان لها الأثر الكبير في النشاط الفندقى من خلال التطور التكنولوجى الذى دخل معظم نواحي الحياة الخدمية وبشكل خاص في مجال استعمالات الحاسوب في عمليات الحجز والدفع والاتصالات .. الخ.

وأخيرا العوامل الثقافية والاجتماعية، والتي بدأت تظهر بشكل واضح على سلوكيات وعادات الزبائن وكذلك الحاصلة في نمط الحياة، وهذه التغيرات تنعكس بشكل مباشر على قوى العمل في هذه الصناعة الحديثة. علما بأن هذه العوامل لا يمكن السيطرة عليها من قبل إدارة الفندق بل يتطلب الانتباه إليها وأخذها بعين الاعتبار في التنظيم الفندقى.

ثانيا: العوامل الداخلية المؤثرة في طبيعة النشاط الفندقى:

أما بشأن العوامل الداخلية (Internal Factos)، وهي أيضا ستة كما هو مبين في الشكل ، رغم أن هذه العوامل يمكن التحكم فيها من قبل إدارة الفندق من خلال إعداد استراتيجية إدارية ملائمة، علما بأن لها تأثير مباشر، وهناك من يعتبرها البيئة الخاصة للفندق والمثلة في العاملين، الزبائن، المالكين، الحكومة، الممولين والمنافسين. فكما هو معروف في صناعة الفنادق أن العلاقة التبادلية بين مقدمي الخدمات أي العاملين والمنتفعين أو المستفيدين من الخدمات هم الزبائن ذوي علاقة وثيقة ومباشرة. وعليه يتطلب من إدارة الفنادق أن تقوم بإعداد عاملين أكفاء، ماهرين، قادرين على تقديم الخدمات بالشكل المطلوب وفقا لتوقعات الزبائن من خدمات جيدة تلي رغبتهم وحاجاتهم لأنهم سوف يدفعون لقاء هذه الخدمات مبلغ من المال. في المقابل فإن المالكين أو المستثمرين يطمحون إلى الحصول على عائد معقول من المال لقاء عملية الاستثمار لأموالهم التي أصبحت في الآونة الأخيرة ترتفع بشكل كبير جدا.

والعامل الداخلى الرابع وهو الحكومة التي تؤثر بشكل مباشر على نشاط الفندق من خلال القوانين والأنظمة المتعلقة بهذا القطاع وكذلك وسائل الدعاية والإعلان التي تقوم بها الدولة في المهرجانات والمعارض الدولية وكذلك الاتفاقات السياحية التي تبرم بين الدول بشأن الاستيراد والتصدير السياحي.

كما نجد أن الممولين يلعبون دورا فاعلا في تزويد أو تجهيز الفنادق من بما يحتاجونه من المواد الغذائية والاستهلاكية والمستلزمات الضرورية التي تحتاجها الفنادق لتلبية رغبات وحاجات الزبائن، عليه فتوجد علاقة غير مباشرة بين الممولين في تقديم الأخير بما يحتاجون أو يرغبون الحصول عليه خلال فترة إقامتهم بالفندق، وعليه يتطلب

من إدارة الفندق البحث عن ممولين ذوي خبرة في سوق الفنادق لكي يزودوا الفندق بالمواد المطلوبة في الوقت المحدد وبالأسعار المعقولة.

والعامل الأخير الداخلي المؤثر في البيئة الخاصة للفندق ألا وهو المنافسين، حيث يتطلب من إدارة الفندق الانتباه إلى المنافسين في السوق والذين يتمتعون بحصة سوقية جيدة من خلال امتلاكهم لنقاط القوة.

لذلك فإن الحفاظ على نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف التي يتسم بها الفندق أمراً ضرورياً وبشكل خاص طبيعة الخدمات المتميزة أو الفريدة التي تعتبر أحد السمات التنافسية الأساسية لنجاح الفندق في السوق وبأسعار معقولة.

المبحث الثالث: أساسيات الاستثمار الفندقية.

إن الاستثمارات الفندقية شأنها شأن باقي الاستثمارات في القطاعات الأخرى، تتأثر بالتحفيز والتسهيلات المتاحة، خاصة فيما يتعلق بجانب الاستقرار وتوفير العقار الفندقية بأسعار تحفيزية وتوفير البنية التحتية للمستثمر.

المطلب الأول: طبيعة الاستثمار الفندقية.

يمتاز الاستثمار الفندقية بطبيعة ومميزات خاصة تجعله يختلف عن باقي الاستثمارات، ويعود ذلك أساساً لطبيعة الخدمة التي يقدمها وعليه نسعى من خلال هذا المطلب للتعرف على ذلك.

أولاً: نظرة عن الاستثمار الفندقية:

تعتبر الفنادق نوعاً متميزاً من الاستثمار العقاري حيث يدخل في مكوناتها كثير من الخصائص التي لها علاقة بما يطلق عليه المشروعات صانعة الدخل وهي تلك الأنشطة أو الخدمات الأخرى التي يعرضها الفندق من خلال إدارته، ومن خلال المنافذ المختلفة الموجودة بعقار الفندق، وهذا ما يجعل الاستثمار في الفندق يوصف بأنه استثمار عقاري ذو طبيعة خاصة حيث تستمد الفنادق قيمتها من خصائص معينة قد لا تكون مرتبطة بالاستثمار العقاري، فليس من الضروري أن يرتبط الاستثمار في هذا المجال بالملكية العقارية على الرغم من أنها تعتبر محتوى لها، ومن هذه المكونات ما يأتي¹:

1- الأثاث والديكور، والتركيبات، والآلات، والمعدات، ومعدات المطابخ ومعدات المغاسل ومعدات وأدوات صالة الاستقبال، وأثاث المطاعم، والسيارات والرداهات حيث تصل قيمة هذه العناصر إلى نسبة قد تزيد عن 50% من القيمة الاجمالية للاستثمارات الفندقية.

2- العمالة المدربة حيث تعتمد الفنادق باعتبارها مركزاً لتقديم الخدمات على الأفراد والعمالة المدربة وإدارة المتخصصة عالية الكفاءة، حيث يصل معدل تكلفة العمالة اللازمة لتشغيل الفندق إلى نحو 40% تقريباً من إجمالي الإيرادات.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحمري، "أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص- ص 127-129.

3- المال العامل حيث تقاس كفاءة الأداء الفندقى باقتناء مخزون كبير من مستلزمات التشغيل متمثلة في مستلزمات الغرف (وسائد، أغطية، منظفات ومستلزماتها.. الخ) ومخزون كافى وملائم من المواد الأولية الداخلة في إعداد الطعام، والمشروبات، والأدوات اللازمة للأعمال الإدارية (الأدوات الكتابية، أجهزة الكمبيوتر..)، وكذلك السيولة النقدية اللازمة لتصرف الشؤون اليومية للفندق.

4- المخصصات اللازمة للإحلال والتجديد للأصول المستهلكة بالفندق، تلك الأصول التي تتعرض للاستعمال اليومي الكثيف كالأثاث، والغرف، وغيرها من الأصول التي لا بد من المحافظة عليها في كل الأوقات بحالتها الممتازة نظرا لأن الفندق عبارة عن منشأة عاملة مستمرة، تعتمد على تأجير الخدمة للضيوف ولأوقات قصيرة جدا وهو ما يتطلب من إدارة الفندق المحافظة على مستوى الأداء رغم التغيير السريع في نسب أشغال الغرف اليومي أو الأسبوعي، أو الشهري.

وكما تم الإشارة إليه، فإن العقار يعد محمدا أساسيا للاستثمار الفندقى إذ تمثل قيمة الأراضي في الفنادق بنسبة تتراوح ما بين 10% و30% من اجمالي التكاليف الكلية، بينما تمثل نسبة أقل في حالات خاصة، مثل تلك الفنادق التي تقع في مناطق تنمية جديدة أو على الطرق السريعة (الموتيلات السياحية) أو تكون نسبة مكون الأرض فيها أكبر من هذه النسبة إذا كان موقع الفندق في المناطق التي تتسم بندرة المساحات وزيادة الجذب السياحي خاصة في المناطق المركزية للعواصم والمدن المليونية.

وبناءً على ما سبق يتضح لنا أن: "الاستثمار الفندقى هو مشروع استثمارى يكون على مستوى منشآت أو وحدات فندقية تخدم السائح في المقام الأول، وقد تكون هذه المنشآت في صورة فنادق، قرى سياحية أو موتيلات.. الخ، ولا يغلب عليها طابع الإسكان الدائم وإنما تعني الإسكان السياحي".

ثانيا: الخريطة التنظيمية للاستثمار الفندقى:

لا يختلف التنظيم الإدارى للاستثمار الفندقى على اعتبار أنه مؤسسة فندقية عن أي مؤسسة تجارية أخرى تتكون من إدارة عامة للفندق يتبعها مجموعة من الإدارات والأقسام حسب نوع الفندق وحجم تعامله وينقسم هيكل الإدارة عادة إلى ما يلي¹:

- المدير العام، يتكفل بمساعدته نائب المدير العام للشؤون المالية والإدارية والقانونية ونائب المدير العام للشؤون التجارية والفندقية؛

- تشمل الشؤون المالية أقسام الحسابات والمراجعة والخزينة حيث يتم تسجيل العمليات الخاصة بالفندق ماليا؛

- إدارة الموارد البشرية وتتولى كافة الأعمال المتعلقة بشؤون المورد البشرى وملفات الخدمة والتعيين والتدريب؛

- إدارة الشؤون القانونية وتتولى كافة النواحي القانونية التي تنشأ نتيجة تعامل الفندق مع الغير؛

- بالنسبة للنشاط التجارى فيشمل إدارة المشتريات، التخزين، والتسويق.

¹ أمال حوزوقى، علي زيان بروج، "رأس المال الفكرى كميزة تنافسية للمؤسسة الفندقية"، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولى الخامس حول: "رأس المال الفكرى في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسين بن بوعلى، الشلف، الجزائر، يومي: 13 و14 ديسمبر 2011، ص ص 15، 16.

المطلب الثاني: حوافز الاستثمار في المشروعات الفندقية.

تحتل السياحة في بلدان عديدة باهتمام الحكومات سواء لجذب المزيد من السائحين الأجانب أو توفير فرص مناسبة للسائحين السكان لقضاء انجازاتهم داخل البلاد، قد تضمنت قوانين حوافز الاستثمار المتعاقبة نصوص صريحة لتشجيع الاستثمار في مجال الفنادق والسياحة.

ما دفع الحكومات لتوفير حوافز جاذبة للمستثمرين في مجال الفنادق كتوفير الأراضي بالسواحل المختلفة للبلاد بأسعار منخفضة، مما يعني أن هناك دعماً ضمنيًا لتلك المشروعات ناهيك عن خدمات المرافق العامة التي تمثل حافزاً إيجابياً هاماً، ولاشك أن مثل هذه الحوافز تمثل عبئاً عن الخزانة العامة للدولة ساء في شكل اعتمادات لمشروعات البنية الأساسية التي تمثل نفقات عامة تعود على المستثمرين في المشروعات الفندقية بالنفع¹.
وعليه تسعى العديد من الدول إلى تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات عن طريق تقديم²:

- ◀ مساعدات مالية تستهدف تشجيع القطاع الخاص في المشاريع الفندقية، وهذا من خلال تقديم إعانات نقدية وإعانات عينية أو قروض طويلة الأجل بمعدلات فائدة منخفضة؛
- ◀ تبسيط الإجراءات الإدارية والتقليل من العمليات الروتينية في الأوراق والمستندات وتوضيح القوانين، مما يساهم في تقليص الفترة الزمنية للحصول على الموافقات الأولية لتشييد المؤسسات الفندقية؛
- ◀ حوافز جبائية تتعلق بالإعفاءات والتخفيضات الضريبية والجمركية وتنشيط الدخول والخروج بالمطارات والموانئ إلى جانب توفير التسهيلات والتمويلات البنكية بفوائد منخفضة إلى المستثمرين في هذا المجال؛
- ◀ إنشاء هيئات متخصصة كفيلة بتقديم خدمات الدعم الفني والتقني، التكوين والاستشارة.. إلخ للتأكد من الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع الفندقية، إلى جانب تكوين العاملين في القطاع الفندقية لضمان تحقيق المشاريع بالكفاءة والفاعلية المطلوبة؛
- ◀ تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية عن طريق توفير المناخ المناسب للاستثمار الفندقية الأجنبي و إرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي، كحماية رؤوس الأموال من التأميم والمصادرة، و إعطاء مصداقية أكثر ودعم ثقتها بالدول النامية.

المطلب الثالث: اتخاذ القرار الاستثماري في المنشآت الفندقية.

لكي يتم الاستثمار الفندقية لابد من مراعاة النقاط التالية:

أولاً: بحث معايير الاستثمار، التي نذكر من بينها ما يلي³:

- الكفاية الحدية لرأس المال (الانتاجية لرأس المال المستثمر أو العائد على رأس المال المستثمر)؛

¹ محمد البناء، "اقتصاديات السياحة والفندقة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2009، ص 174، 175.

² منيرة بو المخ، إلهام بو سعدي، "اشكالية تمويل الاستثمار السياحي بالجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، المركز الجامعي لتيبازة، الجزائر، يومي: 26 و 27 نوفمبر 2014، ص 05.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 121.

- التقدم العلمي والتكنولوجي؛

- عوامل أخرى: مثل الاستراتيجية الترويجية والاعلامية المتبعة ومدى توفر استراتيجية تسويقية ملائمة للنهوض بالقطاع الفندقي والسياحي.

ثانياً: اكتشاف مصادر تمويل الاستثمار والاختيار فيما بينها على أساس ما تعرضه من تمويل وشروط هذا التمويل¹، ونظراً لاحتياج كل منشأة أو مشروع إلى الأموال من أجل إنشائها وتطويرها بحيث تحصل على هذه الأموال بالاعتماد على مصادر التمويل الذاتية أو المصادر العائلية، أو باللجوء إلى الاقتراض من البنوك، ونظراً لخصوصية الاستثمار الفندقي الذي يتطلب أموال ضخمة فإنه يطرح احتمالية اللجوء إلى التمويل الخارجي.

ثالثاً: المناخ الاستثماري ومدى توفر الاستقرار الاقتصادي والسياسي الذي يركز على ثلاث أطر رئيسية²:

- الإطار السياسي: الذي يتمثل في الأجواء العامة الهادئة والاستقرار السياسي الذي من شأنه أن ينشر روح التفاؤل لدى المستثمرين، مما يدعوهم للمضي قدماً في إقامة مشروعاتهم الجديدة؛

- الإطار التشريعي (القانوني): حيث يركز على تشريعات نافذة وملائمة، مما يحفز أصحاب رؤوس الأموال باستثمار أموالهم، وأن تكون التشريعات سهلة في تطبيقها ومرنة وتضمن سلامة الاستثمارات التي أقدموا عليها؛

- الإطار الاقتصادي: حيث يقوم على سياسة اقتصادية واضحة تنظم العلاقة بين صاحب رأس المال والدولة، ويوفر في الوقت ذاته المرافق الأساسية المتكاملة من مصادر الطاقة ووسائل الاتصالات والأيدي العاملة وغيرها.

إن الطرق المستخدمة في اتخاذ القرارات الاستثمارية في مشاريع المنشآت الفندقية تعمل على توضيح كافة المشاكل التي تواجه الاستثمار في مجال البنية التحتية، مثل الحاجة إلى حجم ضخم من رؤوس الأموال للتمويل وانخفاض معدل دوران رأس المال والطبيعة غير المرنة لبيئة التشغيل، واتخاذ القرار الاستثماري يعتمد على التقدير الدقيق لتكلفة التشغيل وميزانية الاستثمار المبدئية، وتقدير الربحية المتوقعة وذلك قبل البدء في المشروع.

فمن الضروري قبل البدء في المشروع جمع كافة البيانات الأساسية المتعلقة بحجم التمويل اللازم للاستثمار

وجمع التقديرات للإيرادات الإجمالية وكافة المصروفات المتوقعة، وذلك لتقدير حساب التشغيل للمنشأة الاستثمارية والتوصل إلى تقديرات للإيرادات الصافية ومن ثم التعرف على الربح المتوقع من هذا الاستثمار الفندقي³.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 131.

² إياد محمد عودة، "قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها لتحقيق الرفاهية الاجتماعية دراسة ميدانية على فنادق ذات فئات خمسة نجوم في الأردن"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في محاسبة ومسار التعامل، (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم المالية والإدارية، قسم المحاسبة، 2008/2007، ص ص 72، 73.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 131.

المطلب الرابع: عوامل نجاح الفندق كمشروع استثماري.

تتميز صناعة الفنادق عن غيرها من الصناعات باعتمادها على العنصر البشري بصفة أساسية. إذ أنها تعتبر صناعة خدمية، وبالتالي فإن نجاح الفندق في تحقيق الأرباح وتوفير الخدمات للجمهور، يتوقف على الطاقات البشرية، الفنية والإدارية، فنجاح الفندق كمشروع استثماري يتوقف على الإدارة الجيدة في العاملين ورفع كفاءة أدائهم بتدريبهم المتخصص للعمل في هذا المجال، ونجاح الفندق كمشروع استثماري يتوقف على عوامل كثيرة أهمها:

أولاً: جودة الخدمات التي يقدمها:

فإقبال الجمهور على الفندق يرجع إلى السمعة والشهرة التي اكتسبها الفندق من خلال تعامله مع الجمهور عن طريق الخدمات الجيدة التي يقدمها لهم وطريقة معاملة العاملين في مختلف الأنشطة بالفندق لرواد ونزلاء الفندق وبالتالي تكوين ما يسمى بالضيف المتكرر وبالتالي زيادة العائد على الفندق وزيادة ما يخصص منها للعاملين، أي معادلة تحقيق الربح الجيد لكل من المنشأة والأفراد العاملين بها.

كما تعتبر نوع الخدمات التي يقدمها الفندق ومستواها من العوامل الرئيسية لنجاحه، ومعظم الفنادق العالمية تقدم خدمات متكاملة تقابل متطلبات نزلائها، ويفضل معظم السائحين وخاصة رجال الأعمال هذا النوع من الفنادق لما يوفره من وقت وجهد وهذه الخدمات مثل البريد السريع، السكرتارية، الترجمة، الحاسب الآلي¹.

في هذا الصدد فإن توفر ومراعاة بعض العوامل التكنولوجية كالتكنولوجيا المتوفرة في البلد ومصادرها وتنوعها وتكاليفها وسهولة الحصول عليها، ومستوى جودة التكنولوجيا ومستوى حاجة الفندق إلى تكنولوجيا محددة، يحدد عاملاً أساسياً في تحديد مستوى جودة الخدمات التي يقدمها الفندق مع ضرورة مراعاة مستوى التفاعل التكنولوجي بينه وبين البيئة الخارجية المحيطة به في تبادل المعلومات الفنية والاختراعات إلى جانب نظرة المجتمع إلى التكنولوجيا الحديثة ومستوى إيمانه بها واستخداماته لها².

ثانياً: توفير العنصر البشري المدرب:

مهما كانت ضخامة مبنى الفندق وفخامة ديكوراته وأثاثه ومعداته فجميعها لا يمكن أن تؤدي إلى نجاح الفندق بدون توفر العنصر البشري المدرب على أعلى كفاءة من الأداء وروح التعامل الذي يعتبر المفتاح الرئيسي لرضا الضيف.

ويعتبر الترحيب بالضيف والمقابلة اللطيفة بواسطة بواب الفندق والابتسامة المرسومة على وجهه من أهم العوامل التي تزيل عن الضيف عناء الانت قال والسفر وتنقله إلى جو آخر من السعادة وكذلك المقابلة اللطيفة من موظفي الاستقبال وتبدأ مرحلة الحجز والاستعلامات في خدمة الضيوف واحترامهم. كما أن الفندق يقوم على أسس وأساليب علمية تؤهل العاملين فيه على تقديم خدماتهم للنزلاء سواء كانوا من الأجانب أو من داخل الوطن تحت شعار واحد وهو "خدمة النزول وراحته بل ورفاهيته" مما يهيئ للنزلاء الاستقرار والراحة والشعور بأنهم في أوطانهم رغم

¹ ياسين الكحلي، "إدارة الفنادق والقرى السياحية"، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 1999، ص 109، 110.

² يوسف أبو فارة، سمير أبو زيد، "النشاط الترويجي في البيئة الفندقية"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، العدد 03، ديسمبر 2005، ص 201.

اختلاف جنسياتهم وثقافتهم. ولكي يصل العاملين في مجال الفنادق إلى هذا المستوى الراقى من حسن الضيافة كان لابد من صقلهم بتعليمهم وتدريبهم تحت إشراف جهات علمية متخصصة لتعريفهم فنون أداء الخدمات المختلفة في صناعة الفنادق وتدريبهم عليها، سواء التي تتصل بخدمة النزيل اتصال مباشر مثل المكاتب الأمامية والأمن والعلاقات العامة، أو التي تتصل بالنزيل اتصال غير مباشر مثل المطبخ والصيانة والمغسلة.. إلخ¹.

العاملون في الفنادق من عدة نوعيات ومستويات تعليمية عالية ومتوسطة وأقل من ذلك. ولعل من أبرز فئات العاملين في الفنادق خريجي الجامعات والكليات المتخصصة في الفنادق والسياحة التي زادت في السنوات الأخيرة في المنطقة العربية خاصة كما أن التعليم العام والجامعي التابع للحكومة أو للقطاع الخاص ساهم في إيجاد كوادر جيدة للعمل في هذا الحقل².

ونظرا لأهمية العنصر البشري الكفاء ودوره في نجاح الاستثمار الفندقى مهما كان مركزه العملي لابد أن تتوفر فيه الخصائص التالية³:

- 1- القدرة على التوصل إلى أفكار تتصف بالأصالة: والمقصود هنا بالأصالة هي تلك الأفكار غير المألوفة التي من شأنها خلق عنصر جذاب لدى الزائر؛
- 2- الطلاقة في التفكير: إذ لابد أن تتوفر لديه القدرة على التوصل إلى أكبر عدد ممكن من الأفكار إلى جانب قدرته على اختيار الأمثل منها؛
- 3- الإحساس بالمشكل: أي قدرة الشخص على الشعور بالمشكلة، وتحديد أبعادها والتعمق في التفكير فيها للتوصل إلى السبب في حدوث الظاهرة؛
- 4- المرونة: والمقصود هنا هو قدرة الشخص على النظر إلى الشيء موضع الاعتبار من أكثر من زاوية وعدم التفكير في اطار حدود معينة؛
- 5- حب الاستطلاع: أي أنه يرغب في المعرفة والتعلم باستمرار؛
- 6- المثابرة وقبول التحدي: معناه، اصرار الشخص المفكر على تحقيق الهدف في الموقف موضع الاعتبار، ولا يتنازل بسهولة عما يريد الوصول إليه؛
- 7- القدرة على الاتصال الفعال: وهي نقطة مهمة وضرورية لنجاح الاستثمار الفندقى ويظهر ذلك من خلال القدرة على الاتصال الفعال مع الآخرين والتعبير عن أفكارهم باستخدام الوسيلة المناسبة مع فنادى معوقات الاتصال الفعال والتأكد من تلقي ردود الفعل لمتلقي الرسالة لإحداث التغييرات المطلوبة.

ثالثا: الإعلان:

الإعلان ووسائله ضرورية في التأثير على اختيار الضيف لفندق معين وتفضيله عن الفنادق الأخرى، خاصة في بدء افتتاحه، فالفندق يجب أن يعرض نفسه في السوق وخاصة الجمهور المحتمل استخدامه له يوضح نقطة القوة أو

¹ ليلي محمد صابر الزلاقي، "الإشراف الداخلى الفندقى"، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 03.

² أحمد محمد المصري، "إدارة الفنادق"، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر 1998، ص 81.

³ أمال حمو زروقي، مرجع سبق ذكره، ص 15، 16.

نقاط الجذب كالموقع، سهولة المواصلات، نوعية الخدمات التي يقدمها، ما يميزه عن الفنادق المماثلة .. الخ، والإعلان يأخذ أشكالاً وصوراً مختلفة كأن يكون إعلان مرئي كالتلفزيون أو مسموع كالراديو أو على شكل نشرات دورية أو على الطرق السريعة في شكل لوحات إعلانية أو في دور السينما وقد يكون في السوق على شكل اتصال مباشر مع شركات السفر والسياحة أو شركات الخطوط الجوية المحلية أو العالمية أو بإقامة أو مشاركة في المعارض السياحية. والإعلان في وقتنا الحاضر هو الوسيلة الوحيدة لتعريف الجمهور بخدمة ما أو بضاعة ما والإعلان الصحيح هو الذي يصل إلى الجماهير بسرعة ويؤثر فيهم ويشجعهم على زيارة الفندق والتعرف على خدماته وخاصة في حالة المنافسة ووجود عدد كبير من الفنادق، فإن المواطن العادي لا يعرف أن فندق معين يقدم أجود أنواع المأكولات أو يحتوي على مطاعم متخصصة أو غرف بمواصفات متميزة، وعن طريق الإعلان بإحدى وسائله يستطيع الجمهور معرفة موقع الفندق وخدماته، ولهذا نرى أن كثير من الناس يلجؤون إلى فندق معين إذا تأثروا وآمنوا بنوعية الإعلان الصادق الذي يقدمه الفندق، ولهذا نرى أن كثير من الضيوف يفضلون فندق معين لأنهم تأثروا بالإعلان الذي يوجهه الفندق. ولا عجب أن نرى أن نسبة كبيرة من رؤوس الأموال في الفنادق الأمريكية تصرف على الإعلان والترويج لغرض تعريف الجمهور بالفندق وخدماته، والتطور الذي حدث فيه¹.

رابعاً: موقع الفندق:

موقع الفندق يعني مكان إقامته، طرق المواصلات المرتبطة به وإمكانية الوصول إلى الفندق بسهولة من المطارات ومحطات السكك الحديدية وكذلك بالنسبة للفندق الجديد هل يمكنه مثل هذا الموقع أن يحصل على مشترياته اليومية من خضروات طازجة، ولحوم وأسماك وطيور وغيرها، وبالتالي يجد الضيف في هذا الموقع ما كان يتوقعه فعلاً وبالأسعار المناسبة والجودة المطلوبة.

مثلاً يفضل كثير من الضيوف الفنادق التي تكون في قلب المنطقة التجارية في المدن بحيث يستطيعون التسوق ومشاهدة الأماكن والمزارات الهامة والترفيهية دون استعمال وسيلة نقل، وكثير من المسافرين بالسيارات يفضلون الإقامة في الموتيالات القريبة من الطرق السريعة لأنها أقل سعراً وأسهل في الوصول وتفادياً لزحام المدينة. ونشاهد أن كثيراً من العائلات أو ذوو الدخول المحدودة يفضلون الإقامة في الموتيالات حتى في داخل المدن لأنها أرخص من الفنادق. في الفترة الأخيرة أصبحت فنادق المطارات مكان مفضل لرجال الأعمال لعقد اجتماعاتهم هناك أفضل لهم من دخول المدينة وضياح وقت كثير في زحام المواصلات وفيه يتضح أن لموقع الفندق أهمية كبيرة بالنسبة لتفضيل الضيوف له، وبما يتماشى مع طبيعة النزلاء، والغرض من زيارتهم مما يساعد على زيادة نسبة الأشغال وبالتالي زيادة الدخل².

وبالتالي حتى يتحقق نجاح الاستثمار الفندقية يشترط توفر كل العوامل السابقة الذي يعتبر ضرورة حتمية وذلك لتحقيق التكامل والترابط فيما بينها.

خلاصة الفصل الأول:

¹ ياسين الكحلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 106، 107.

² المرجع نفسه، ص ص 105، 106.

وفي الأخير يمكن القول أن الاستثمار له تأثير بالغ الأهمية في منح حيوية للاقتصاد ودعم النمو ونقل التكنولوجيا الحديثة، وكل هذا عن طريق توفير مناخ استثماري مناسب، بتقديم حوافز وإعفاءات و ضمانات للمستثمرين وتوفير كل الظروف المساعدة، خاصة فيما يتعلق بالاستثمارات الفندقية وما تتميز به من تكاليف عالية واعتماد بعضها على رؤوس أموال ضخمة، ما يستوجب اتخاذ القرار المناسب في الاستثمار في هذا النوع من المشاريع وتوفير التسهيلات الملائمة لقيامها، والمرافقة والمراقبة الدائمة للمشاريع القائمة منها.

الفصل الثاني: تنمية القطاع السياحي في ظل الاستثمار الفندقية.

تمهيد.

المبحث الأول: مدخل للسياحة .

المبحث الثاني: المحاور الأساسية للسياحة .

المبحث الثالث: الاستثمار في المنشآت الفندقية كآلية لدعم القطاع السياحي .

خلاصة الفصل الثاني.

تمهيد:

تعد الفنادق أحد مستلزمات الحضارة الحديثة فقد أضحى وجودها من ضروريات الحياة العصرية في كافة المجالات، وتعتبر منظمات خدمية متكاملة تسعى إلى تسويق منتجها عبر مزيج متجانس ومتنوع من الخدمات الفندقية لكسب رضا السائحين أو العملاء القادمين من داخل الوطن أو خارجه طلبا للإقامة والراحة والاستجمام، وقد شهدت الصناعة الفندقية في السنوات الأخيرة تطورا واهتماما واسعا لكونها العصب الأساس الذي ترتكز عليه السياحة فهي مكملتها لها في المساهمة بفعالية في نمو الدخل القومي وميزان المدفوعات وخلق فرص العمل.. إلخ.

المبحث الأول: مدخل للسياحة.

تعد السياحة اليوم من أكثر القطاعات نمواً على مستوى العالم، فهي من ضمن القطاعات التي تلعب دور بارزاً في دعم عملية التنمية من خلال جلب العملة الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات، كما لها قدرة كبيرة على زيادة الدخل الوطني وتوفير مناصب الشغل.

المطلب الأول: نشأة وتطور السياحة.

بدأت السياحة كنشاط بالتبلور في أوربا قبل بقاع العالم الأخرى وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات، ويمكن حصر التطور الزمني للسياحة في المراحل التالية:

أولاً: المرحلة الأولى: ما قبل عصر النهضة الأوروبية:

تشمل هذه المرحلة حركة السكان وسفرهم منذ أقدم العصور وحتى بدايات عصر النهضة الأوروبية، وقد لوحظ بأن هذه الحركة كانت ترتبط غالباً بأهداف واضحة ومحدودة، فحرة الجيوش والغزاة كانت لغايات عسكرية وسياسية واقتصادية والسفر للأماكن المقدسة كان لأسباب دينية، أما الرحالة والمستكشفون فكانت أسفارهم لأهداف علمية واقتصادية، وأبسط أشكال السفر تمثلت في تنقلات البدو بحثاً عن الكلاً والماء، كذلك الحال في سفر الحرفيين وأصحاب المهن والتجار الذين سعوا من خلال أسفارهم إلى تحقيق مكاسب اقتصادية، وعموماً لم تكن السياحة وحركة السفر في هذه المرحلة قد تبلورت كنشاط وكمفهوم واضح محدد الأبعاد، ولكنها لم تقتصر على السفر من أجل التجارة أو لأغراض عسكرية فقط¹.

ثانياً: المرحلة الثانية: عصر النهضة الأوروبية:

لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر بل أصبحت لها أبعادها الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الاهتمام خاصة وأن التحولات الصناعية والحضارية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل أساسي في بروز السياحة كنشاط إنساني وقطاع اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الأخرى، فظهرت أنواع متعددة ومختلفة من النشاطات السياحية التي ارتبطت كل منها بأهداف معينة، ومن هذه الأنواع نجد السياحة التعليمية، سياحة الاستشفاء، والنقاهة والسياحة الترفيهية.

ومع نهاية هذه المرحلة لم تعد السياحة مقتصرة على العائلات الإقطاعية بل أصبحت تمارس من قبل الشرائح السكانية بمختلف مستوياتها الأمر الذي أدى إلى تزايد أعداد السياح تكثيف النشاطات السياحية المختلفة².

¹ عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، "التخطيط السياحي"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 1999، ص 07.

² سيف الدين جبار، "دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2013/2014، ص 12.

ثالثا: المرحلة الثالثة: من القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين:

أصبح الإحساس بالطبيعة في هذه المرحلة أحد أهم دوافع السياحة الترفيهية والرياضية، فقد ازداد الاهتمام بالمناطق الجبلية والغابات وأصبحت الجبال وخصوصا جبال الألب بأوروبا هدفا للسياحة الرياضية ولاسيما رياضة التزلج على الجليد، وقد نجم عن ظهور السياحة الرياضية، والتمتع بالمظاهر الطبيعية بعيدا عن ضوضاء المدن وروتين العمل تزايد في أعداد السياح باستمرار الأمر الذي أدى إلى إنشاء الكثير من المرافق والمنشآت السياحية في كثير من المناطق السياحية في مختلف أنحاء أوروبا و العالم¹.

رابعا: المرحلة الرابعة: مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى وقتنا الحاضر:

تبلور مفهوم السياحة وتطور في هذه المرحلة، كذلك تنوعت أهدافها وتزايد عدد السياح بشكل كبير، وامتازت حركة السفر بمختلف الوسائل (النقل البري، الجوي، والبحري) بكثافة لم تشهدها من قبل، وظهرت سياحة المشاهدة إلى جانب الأنواع الأخرى المعروفة سابقا، كما شهدت تطور المنشآت والخدمات السياحية وتنوعها، فلم تعد السياحة تقتصر على فئات سكانية معينة بل أصبحت في متناول جميع الفئات حيث تطورت بسرعة كبيرة نتيجة لعوامل عديدة أهمها: تطور وسائل النقل، زيادة أوقات الفراغ، وتحسن مستويات الدخل الفردي في كثير من دول العالم... الخ².

تنوع الأسباب التي تدفع وتحفز الناس للقيام برحلة معينة إلى مكان ما في أرجاء هذا العالم الواسع، فإن بعض أو معظم هذه الأسباب تندمج وتتداخل مع بعضها بالنسبة إلى الشخص نفسه، ما يخلق رغبة واحدة للسفر إلى مكان ما من أهم هذه الدوافع مايلي³:

◀ المجموعة الأولى: دوافع ثقافية، تاريخية وتعليمية:

تتمثل فيما يلي:

- ◆ مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة البتراء والأهرامات... الخ؛
- ◆ مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية، أو معارض... الخ؛
- ◆ الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على أعمالهم، ثقافتهم، ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة بغرض العلم والثقافة والمعرفة؛
- ◆ مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج ايفل أو روما لمشاهدة برج بيزا أو تمثال الحرية في نيويورك... الخ؛

¹ عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنتا، مرجع سبق ذكره، ص 18.

² سيف الدين جبار، مرجع سبق ذكره، ص ص 12، 13.

³ حمزة درازكة وآخرون، "الجغرافيا و المعالم السياحية"، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص - ص 135 - 139.

- ◆ معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور في أخبار وحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية.. الخ.

المجموعة الثانية: دوافع دينية: <

نذكر منها مايلي:

- ◆ السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس، الفاتكان، وكذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة مثل أضرحة الصحابة أو جامع الحسيني في القاهرة، أو زيارة مرقد الإمام عبد القادر الكيلاني في بغداد الإمام علي كرم الله وجهه في النجف وكربلاء.. الخ؛

- ◆ رحلات العمرة إلى مكة المكرمة وخاصة في رمضان ويوجد مقترحات أن تنظم المملكة العربية السعودية رحلات منظمة سياحية للعمرة وزيارة المدينة المنورة وبعض أضرحة الصحابة.

المجموعة الثالثة: دوافع الراحة والاستجمام والترفيه: <

وجدت هذه الدوافع أساسا من أجل:

- ◆ الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد صخب المدينة ويحدث هذا في المدن الصناعية والتجارية الكبرى والمزدحمة بالسكان؛
- ◆ حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية.. الخ؛
- ◆ الترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.

المجموعة الرابعة: دوافع عرقية: <

الهدف المرجو تحقيقه من وراء هذا الدافع يتمثل أساسا في:

- ◆ زيارة البلد الأم بتحديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأقرباء، الأصدقاء.. الخ، وهذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم حافز قوي بزيارة بلدهم الأم.

المجموعة الخامسة: دوافع صحية: <

يتمثل أهمها فيما يلي:

- ◆ الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- ◆ السفر لغرض العلاج والمداومة، والسفر لغرض النقاهاة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي.

المجموعة السادسة: دوافع اقتصادية:

تتجسد أساسا في البحث عن:

- ◆ انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار ، والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل؛
- ◆ فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.

المجموعة السابعة: دوافع رياضية:

تتجسد من خلال:

- ◆ السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين.. الخ؛
- ◆ المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد.. الخ.

المجموعة الثامنة: دوافع أخرى:

إضافة إلى الدوافع السابقة نذكر مايلي:

- ◆ المخاطرة أو المغامرة (سياحة الشباب) ممكن أن تدخل من ضمنها السياحة الصحراوية؛
- ◆ التفاخر والمباهاة خاصة بعض المناطق في العالم مثل جزر الكاريبي.. الخ؛
- ◆ تقنية مثلا شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى أماكن 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.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة وأهميتها.

لقد تعددت مفاهيم السياحة وذلك بتعدد الباحثين والاقتصاديين السياحيين الذين نالت اهتمامهم وإن اختلفت هذه المفاهيم من حيث صياغتها إلا أنها تماثلت وتشابهت فيما بينها من حيث معناها، وعليه سوف نتطرق في هذا المطلب إلى عرض مجموعة من التعاريف حتى نستطيع الوقوف على أهميتها.

أولا: مفهوم السياحة:

حضيت السياحة بتعاريف عديدة، يمكن طرح البعض منها:

تعرف السياحة: "بأنها فن تعظيم الاستقرار والراحة المعنوية وتقليل التوتر لدى هذا السائح وإشباع رغباته ودوافعه، وهذا يتعلق بالطبع بالبرنامج السياحي وطبيعته لدى الشركات السياحية، وسر نجاحها يتوقف على إيجاد

مزيج من البرامج السياحية المناسبة للسائحين، وهومن العوامل الهامة لتحقيق أهداف أي شركة سياحية وتنشيط إقبال السائحين على برامجها وتعاملهم معها"¹.

كما تعرف السياحة على أنها: "دراسة الإنسان بعيدا عن موطنه، ودراسة الصناعة التي تستجيب لحاجات هذا الإنسان والصناعة على الدول المضيفة اقتصاديا، اجتماعيا وبيئيا، وباختصار يمكن القول أن السياحة هي عبارة عن عملية تنطوي على تغيير في المكان والخطوة الزمنية"².

السياحة بالمفهوم الحديث تعرف: "بأنها ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، الأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال المشاهد الطبيعية"³.

في حين عرفتها المنظمة العالمية للسياحة على أنها: "حركة أو انتقال الأشخاص خارج مقر سكنهم بما يزيد عن 24 ساعة ويقل عن أربعة أشهر بهدف الترفيه عن النفس أو بهدف العمل (سياحة الأعمال) أو لأغراض صحية (سياحة صحية)"⁴.

وأما السياحة في النصوص الشرعية فقد وردت في القرآن الكريم في أكثر من موضع، ومن ذلك سورة التوبة حيث قال تعالى: ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَعَلِّمُوا تِلْكَ الْأُمَّةَ نِعْمَ الْوَعْدِ﴾ [التوبة، الآية 02]، وقوله تعالى في السورة نفسها:

﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [التوبة، الآية 112]، والمراد بالسياحة في هذه الآيات السفر في القربات كالحج والعمرة والجهاد، أو التجول في الأرض للتعبد والتدبر والتأمل في ملكوت الخالق وآياته في خلقه⁵.

وكتعريف شامل للسياحة نستطيع القول بأنها: "إضافة إلى كونها ظاهرة اجتماعية فهي أيضا نشاط إنساني تقوم على تنقل الأشخاص من مقر إقامتهم الدائم إلى أماكن أخرى، حيث قد تكون هذه الأماكن داخل البلد أو خارج حدوده، ويكون الهدف من هذا التنقل إشباع رغبة، الترفيه، أغراض صحية، رياضية.. الخ".

¹ فؤاد بن غضبان، "الجغرافيا السياحية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 49.

² حميد الطائي، "أصول صناعة السياحة"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص 21.

³ NEGLI, "Tourism and Travel: concepts and principales", GITANJAL, Publishing House, New Delhi, India, 1990, P152.

⁴ LOUBNA. TALBI, "Creation d'entreprise: Complexe Sportif et Touristique (C.S.T) ", mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de Master en science de gestion, option: Entreprenariat et développement international, Faculté de science économique et commercial et science de gestion, Université du 8 mai 45, (Non publier), Guelma, Algérie, 2014/2015, p 05.

⁵ سيف الدين جبار، مرجع سبق ذكره، ص 13.

يعد قطاع السياحة من أهم القطاعات في الدولة الحديثة، وهو يتميز بخصائص رئيسية أهمها¹:

- يعد من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنه يمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع؛
- مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بني أساسية وخدمات تكميلية؛
- نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه هذا القطاع يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة ، فالمنافسة في مجال السياحة دائما ما تكون عالمية بين الدول المختلفة، لذلك فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

ثانيا: أهمية السياحة:

ينصح المتخصصون في السياحة البلدان الساعية للتقدم أن تبدأ تنميتها السياحية بالاعتماد الكبير على السياحة الداخلية، من جهة ثم تدعيمها التنمية الإقليمية من جهة أخرى، كما ينبغي أن تعتمد هذه التنمية السياحية على الأقاليم المتطورة والمتحضرة في المقام الأول لارتفاع مستويات الدخل والوعي بها، وثمة مبررات عدة تبرز أهمية السياحة وحثمية الاهتمام بها اهتماما مكثفا، ويأتي في مقدمة هذه المبررات مايلي²:

- 1- إن السياحة متى توافرت مقوماتها يمكن اعتبارها بتزول من لا بتزول له، وعماد اقتصاد من لا اقتصاد له؛
- 2- إن السياحة أداة مناسبة لتحويل المجتمعات النامية من مجتمعات زراعية تقليدية إلى مجتمعات متحضرة راقية؛
- 3- إن السياحة تصحح الخلل في هيكل الصادرات في البلدان الساعية للتقدم بتنويع الصادرات من خلال تقديمها منتجا سياحيا تصديريا جديدا تهيمن بمفردها على أسعارها داخلها؛
- 4- إن السياحة ممثلة في الإيرادات السياحية تمثل مصدرا حيويا من مصادر الدخل القومي من العملات الصعبة، فتساهم بذلك بدعم ميزان المدفوعات وسد العجز فيه؛
- 5- إن السياحة تمثل تنمية عدد ضخم من الخدمات المتكاملة والمركبة كثيفة العمالة، بمختلف مستوياتها، فهي تعمل على توليد نوعين من العمالة هي:

✓ العمالة المباشرة في الفنادق والمطاعم السياحية ووكالات السفر وغيرها؛

¹ مصطفى يوسف كافي، "أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة"، دار الرواد مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص 30، 31.

² نوال قوارطة، جمعة كعواش، "أهمية التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر 2001/2012"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، الجزائر، 2013/2014، ص 12، 13.

✓ العمالة غير المباشرة، وتشمل فرص العمل التي تتولد في القطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي كالزراعة والصناعة في توريد الطعام، والأثاث والملابس.. الخ.

6- إن السياحة تؤدي من خلال تنمية المناطق السياحية إلى تطور وتنمية المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظاً في التنمية؛

7- تعمل السياحة على دفع عجلة التنمية الاجتماعية، وتساعد على تطوير الأماكن الريفية والصحراوية؛

8- تدعم السياحة البنية الأساسية وتحسن مستواها لاسيما في مجالات النقل والإيواء وشبكات المياه والصرف والكهرباء؛

9- تشجع السياحة الدولة على تنمية الزراعة والصناعة لحاجتها الملحة إليها، ولذا يحتم تدليل كل العقبات وتسخير كل الطاقات، وتوظيف كافة المواهب لاستثمار جميع الموارد السياحية، واستخراج كافة الكنوز السياحية الدفينة، وتسويقها داخليا وخارجيا لمضاعفة الجذب السياحي.

وبالتالي فإن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يؤدي دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدر للعملات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدف لتحقيق برامج التنمية، ومن منظور اجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد، وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغبتهم من حيث زيادة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها، بالإضافة إلى زيادة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

المطلب الثالث: أسس السياحة.

تشير الأدبيات السياحية أن العملية السياحية في أي دولة تتضمن عدد من الأسس التي تقوم عليها وتعتمد عليها في قيام هذا النشاط وتمثل فيما يلي:

أولاً: الطلب السياحي:

يمثل المجموع الاحتمالي للوافدين إلى منطقة سياحية من المواطنين والأجانب، فهو مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الأفعال اتجاه منطقة ما¹.

¹ عمر حوتية، عمر حوري، " تطوير قطاع السياحة كمدخل للنهوض بالتنمية المحلية المستدامة - السياحة العلاجية في الأردن أمودجا - " ، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 03.

ثانيا: العرض السياحي:

العرض السياحي هو مجموعة الخدمات المقترحة للسواح أثناء تنقلهم وإقامتهم وتجوّاهم، أي مجموعة المنتجات المادية (إيواء، نقل.. الخ) والمنتجات المعنوية (مناخ، ثقافة، العادات والتقاليد) التي بإمكانها إشباع رغبات المستهلك. إذن، العرض السياحي هو عبارة عن تلبية حاجات المستهلك وفق عملية السلع والخدمات المتكونة من سلع ملموسة وغير ملموسة في السوق مع تحديد السعر¹.

ثالثا: الإنفاق السياحي:

وينظر إليه من جانبين فهو ما يقوم به السياح بإنفاقه عند تنقلهم للحصول على المنتج السياحي لبلد أو منطقة ما وكل ما ينجز عن هذا التنقل من سلسلة أخرى من الإنفاق على المبيت، الإطعام، ووسائل النقل والاتصالات، وهو أيضا ما تنفقه الدولة المضييفة على تطوير خدماتها السياحية من فندقة ونقل ويد عاملة ودعاية وغيرها من المصاريف ويزيد هذا الإنفاق بجانبه كلما زاد عدد السياح الوافدين للبلد أو المنطقة².

رابعا: الإيرادات السياحية:

وتعرف بأنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كمنشآت اقتصادية وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة³.

المطلب الرابع: أنواع السياحة.

كل بلد يتمتع بمزايا ومقومات جغرافية وتاريخية وطبيعية تجعل منه بلدا سياحيا في جميع فصول العام وتلبي معظم الأهداف التي ينشدها السائح، حيث تتوفر الأماكن الدينية والمواقع الأثرية والمشاتي والمصايف والينابيع الطبيعية والغابات والصحاري الشواطئ والجبال.. الخ، ويمكن عرض أنواع السياحة حسب العديد من التقسيمات كما يلي:

أولا: تقسيم السياحة وفقا للغرض:

تقسم السياحة وفقا للغرض كما يلي:

¹ وهيبه مربعي، "واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة: دراسة تحليلية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني حول: "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، يومي: 19 و20 نوفمبر 2012، ص02.

² نور الدين جليد، أسماء بركان، "أهمية التنمية المستدامة في القطاع السياحي"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 07.

³ عمر حوتية، عمر حوري، مرجع سبق ذكره، ص 03.

1- السياحة الترفيهية:

يتواجد هذا النوع من السياحة عندما تتوفر في بعض البلدان المساحات الشاسعة من الاخضرار والمنتزهات الطبيعية والمناظر الخلابة، والحدايق العامة، وتكوينات جيولوجية، أو عيون معدنية ، وينتقل السائحون إلى الأماكن التي تتمتع بأحوال مناخية معتدلة صيفا وشتاء، والهدف من هذه الرحلة السياحية هو قضاء الإجازات والمتعة والترفيه وقضاء وقت الفراغ، والعطل لاستعادة النشاط والحيوية من جديد¹.

2- السياحة الثقافية:

يهدف السائح من خلال هذا النوع من السياحة إلى استكشاف أنماط حياة الإنسان، فيتعرف على العادات الاجتماعية للسكان وأزياءهم وموروثهم الشعبي في المناسبات والحفلات، ويشاهد مجموعة من الحرف والصناعات التقليدية المحلية والتراث المعماري والأثري².

3- سياحة المؤتمرات والاجتماعات:

تعتبر سياحة المؤتمرات من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين، حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمط الحضاري الكبير الذي شهده العالم في السنوات العشرين الأخيرة وما تبع هذا من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم وحتى داخل الدولة الواحدة³.

4- السياحة الدينية:

تعرف السياحة الدينية بأنها ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد أو ذاك فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما ، مثل: زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين⁴.

¹ سامية جودي، جمعة خير الدين، "التسويق كمتطلب أساسي للسياحة الصحراوية - واقع ولاية بسكرة-" ، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الثاني حول: "دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية" ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد د. خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي: 11 و12 مارس 2012، ص 04.

² محمد د. عمر مؤمن، "التخطيط السياحي"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص 83.

³ عبد السميع صبري، "نظرية السياحة"، مطبعة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، مصر، 1996، ص 86.

⁴ محمد الصيرفي، "لتخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 48.

5- السياحة الرياضية:

السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها وتمثل السياحة الرياضية بصورة جلية في المسابقات العالمية كمنافسات كأس العالم لكرة القدم والبطولات الأولمبية¹.

6- السياحة العلاجية:

تعد السياحة العلاجية من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد وتشجع على الشفاء من بعض الأمراض كما ترجع أهمية هذا النوع من السياحة إلى التطور التكنولوجي والتقني الهائل وما تبع ذلك من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت التي أدت إلى ظهور أمراض كثيرة مثل القلق، والتوتر النفسي مما دفع المعالجين للعودة إلى الطب الطبيعي عن طريق استخدام حمامات الرمال وعيون المياه الساخنة وأشعة الشمس... وغيرها².

ثانيا: تقسيم السياحة وفقا للنطاق الجغرافي:

وتتمثل فيما يلي:

1- السياحة الداخلية:

تتمثل في سفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم أي الإنفاق بالعملة المحلية، حيث تساهم في استغلال المنشآت السياحية، تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها وبضائعها، فضلا على أنها تساهم في زيادة الدخل القومي للسكان، ومن بين هذه العوامل المؤثرة على هذا النوع من السياحة نجد وزارة السياحة التي تعمل على التخطيط والإشراف على أنشطة التسويق السياحي للبلد، الفنادق، المطاعم، السياحة، وكذلك خدمات النقل الجوي والبري³.

2- سياحة إقليمية:

هي السفر والتنقل بين دول مجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، دول المغرب العربي والدول الإفريقية، حيث تتميز بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح⁴.

¹ محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² عبد الإله أبو عياش وآخرون، "مدخل إلى السياحة بين النظرية والتطبيق"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص 23.

³ نوال بن لكحل، تغريد الأغا، "السرلة في الجزائر: مقوماتها ومعوقاتها"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 03.

⁴ المرجع نفسه، ص 03.

3- سياحة خارجية:

معناها انتقال السياح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم وتعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة ويتطلب هذا النوع من السياحة بنية تحتية كبيرة من خدمات ومرافق سياحية¹.

ثالثا: تقسيم السياحة وفقا للعدد:

وتنقسم إلى ما يلي:

1- سياحة فردية:

وهي سياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة ممن الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، وتشمل خدمات سياحية متنوعة².

2- سياحة جماعية:

وتسمى أيضا بـسياحة المجاميع وفيها تقوم الشركات السياحية المتخصصة بتنظيم رحلات في مجموعات أو أفواج سياحية شاملة لكل عناصر الرحلة السياحية (النقل، الإيواء، الطعام والشراب...) وتتميز هذه الرحلات بأنها تكون شاملة لكل تكاليف الرحلة السياحية، وأن السائح يدفع تكلفة الرحلة مقدما للشركة، والشركة هي الوسيط الذي يكون حلقة الاتصال ما بين السائح وأصحاب المنشآت السياحية³.

رابعا: تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة:

ويعتمد هذا المعيار على مدة الرحلة السياحية ويمكن التمييز بين نوعين من السياحة:

1- سياحة موسمية:

سميت بالموسمية لأن الطلب السياحي يتحقق في موسم معين من السنة، حيث تندفق الأفواج السياحية بأرقام كبيرة على المواقع السياحية، وتنقسم إلى سياحة صيفية وشتوية وسياحة التزلج على الجليد⁴.

¹ عبد السميع علام، "علم الاقتصاد السياحي"، دار الوفاء لدنيا النشر، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 26.

² المرجع نفسه، ص 27.

³ ذهبية غزالي، أحلام هوام، "السياحة وتحدي تحقيق التنمية المستدامة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2011/2012، ص 10.

⁴ المرجع نفسه، ص 11.

2- السياحة العابرة:

ويكون هذا النوع عبارة انتقال السائح بالطرق البرية أثناء توجهه إلى بلد ما ويمكنه فيه لمدة يوم أو يومين، وكذلك عند وجود رحلات بحرية قد يمر على بعض البلاد مدة قصيرة¹.

وعليه تعتبر السياحة نشاط متعدد الجوانب ومتنوع المجالات والتأثيرات في الدولة المستقبلية للسياح.

المبحث الثاني: المحاور الأساسية للسياحة.

انطلاقاً من كون السياحة صناعة قائمة بذاتها تعتمد عليها الدولة في تنويع صادراتها وبالتالي تعزيز مواردها المالية، لابد من تحديد عناصر الجذب السياحي التي يجب أن تتوفر في دولة ما حتى تكون قبلة للسياح، بالإضافة إلى العوامل التي تؤثر في هذا القطاع من مختلف الجوانب.

المطلب الأول: مكونات وأركان السياحة.

إن الحديث في السياحة يتمحور عادة حول المكونات الأساسية لها والتي يجب أن تكون معلومة وواضحة حتى يسهل دعمها وتنشيطها، ويكون ذلك من خلال توفير ودعم الأركان الأساسية لها، وهو ما سيتم تناوله في هذا المطلب.

أولاً: مكونات السياحة:

تتكون السياحة من المكونات التالية²:

1- السائحون: وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضيفة أو المنطقة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح؛

2- المعرضون: وهي الدول أو المناطق التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من إمكانيات في هذا المجال يتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة؛

3- الموارد الثقافية (المعالم السياحية): باختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقديم التعريفات المختلفة لها فنجد منها: السياحة البيئية، السياحة العلاجية، السياحة الرياضية، السياحة الاجتماعية، سياحة التسوق، سياحة المغامرات، سياحة الشواطئ، السياحة الفضائية، سياحة الآثار...إلخ.

¹ عبد السميع علام، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² مصطفى العثماني، نذير بوسهوة، "أهمية القطاع السياحي في تحقيق التنمية في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة للملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 08.

ثانيا: أركان السياحة:

يمكن حصر الأركان الأساسية للسياحة في ثلاثة عناصر أساسية تشتمل في:

1- النقل: إن النشاط السياحي مرتبط ارتباطا وثيقا بقطاع النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها، وينقسم النقل بدوره إلى²:

✓ **النقل البري:** يشمل السيارات الخاصة و المؤجرة، القطارات، الدراجات النارية.. الخ؛

✓ **النقل البحري:** يشمل المراكب، الزوارق، السفن.. الخ؛

✓ **النقل الجوي:** و يشمل الطائرات بأنواعها.

2- الإيواء: إن وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورة لجذب السياح وإشباع رغبتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة¹؛

3- البرامج: لن تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح، وتمثل هذه البرامج في زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية.. الخ، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات، الأسواق، التنزهات.. الخ².

المطلب الثاني: مبادئ ومقومات السياحة.

حتى تستطيع السياحة تأدية الدور المنوط بها في الاقتصاديات المختلفة متقدمة كانت أم نامية، لا بد من أن يتوفر بها مجموعة من المبادئ والمقومات نوجزها فيما سيأتي:

أولا: مبادئ السياحة:

1999 قامت المنظمة العالمية للسياحة عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة في شهر أكتوبر بسنتياغو (الشيلي)، بوضع المبادئ التالية³:

1- مساهمة السياحة في التفاهم بين الانسان والمجتمع والاحترام التبادل بينهما؛

2- السياحة عامل ازدهار شخصي وجماعي؛

¹ حسين مجيوش، ياسمينة طويل، "جودة الخدمات السياحية ودورها في كسب رضا السياح"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتنمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 06.

² حميدة بوعموشة، "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة -دراسة حالة الجزائر-"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011/2012، ص 22.

³ ميلود تومي، نادية خريف، "دور التسويق الالكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي: 09 و 10 مارس 2010، ص 04.

- 3- السياحة عامل للتنمية المستدامة؛
- 4- السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه؛
- 5- السياحة نشاط ذو منفعة للبلد المستقبل؛
- 6- التزامات الفاعلين في مجال التنمية السياحية؛
- 7- تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة.

ثانيا: مقومات السياحة:

ترتكز السياحة على المقومات التالية¹:

1- المقومات الطبيعية:

وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية.. إلخ أي مظاهر جذب السياح؛

2- المقومات الثقافية (البشرية):

تتمثل في الجوانب التاريخية، كالأثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة، الثقافات، والعادات لدى السكان؛

3- المقومات المالية والخدمية:

وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية، كالمطارات، النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران... إلخ، ومدى توفر الخدمات المكتملة للبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسلية.

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار، وقدرة دعائية على مختلف وسائل الإعلام جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم.

¹ يزيد شهلي، سامية لجلول، "دور النقل في تنمية القطاع السياحي"، ورقة بحث مقدمة إلى المنتدى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 5، 6.

المطلب الثالث: عناصر الجذب السياحي.

تتكون من العناصر والمتغيرات القادرة على جذب السياح والزوار أو تلك التي تتوفر فيها مقومات وإمكانات الجذب السياحي إلا أنها بحاجة إلى مزيد من التطوير والتحسين وتنميتها لتصبح قادرة على جذب السياح والزوار.

أولاً: العوامل الطبيعية:

وتشمل الطبوغرافية أو التضاريسية والجيولوجية والعوامل المناخية وعوامل الطقس والغطاء النباتي وأنواع الحيوانات والتنوع البيولوجي والمظاهر البيئية والأنظمة الايكولوجية، ويتم التركيز على خصوصية وتفرد العوامل الطبيعية والمظاهر الناجمة عنها والتي يمكن أن تشكل مغريات للجذب السياحي في حالة تجهيزها وإعدادها بالشكل المناسب، ومن المظاهر الجيولوجية والطبيعية النادرة نذكر على سبيل المثال لا الحصر البحر الميت الذي يعتبر أخفض نقطة على سطح الأرض وخانق نهر الكولورادو في الولايات المتحدة الأمريكية والكهوف والمغارات الطبيعية مثل مغارة جعيتا في لبنان والمياه الساخنة في اسلنדה، ومن أهم عوامل الجذب الطبيعية التي ساهمت بشكل فعال في تطوير صناعة السياحة الشواطئ البحرية الجذابة التي تتميز بالمناظر البحرية الخلابة والرمال الناعمة والشمس الساطعة.

ولهذا فقد اقتترنت السياحة في هذه المناطق لما يعرف بالشمس والرمل والبحر وبرزت على خريطة السياحة العالمية مناطق جزر الكاريبي وجزر الهاواي وشواطئ البحر الأبيض المتوسط باعتبارها أهم مناطق الجذب السياحي.

كما ظهرت السياحة الخضراء التي تعتمد على مناطق الغابات الفريدة وكاستمرار لعوامل الجذب الطبيعية واقتترنت بهذا النوع من السياحة ما يعرف بسياحة الحياة البرية والمنتشرة الآن بشكل واسع في الدول الافريقية التي تتميز بتنوع واسع في الحياة الحيوانية البرية حيث تم انشاء محميات طبيعية في جنوب افريقيا وفي كينيا وغيرها من الدول الافريقية التي يشاهد فيها السياح الحيوانات البرية والمفترسة في بيئاتها الأصلية والفهود والنمور والوعول البرية التي أصبحت تجذب أعدادا متزايدة من السياح والزوار وخاصة من الدول الأوروبية وأمريكا¹.

ثانياً العوامل البشرية:

هناك العديد من العوامل البشرية المؤثرة في الجذب السياحي والمقصود هنا بالعوامل البشرية العناصر التي يمكن أن يتحكم العنصر البشري في تطويرها وتنميتها ويتمثل أهمها في²:

¹ عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، "التخطيط السياحي مدخل استراتيجي"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص ص 164، 165.

² مولود حواس، عبد الناصر حبوشي، "المرشد السياحي بالجزائر وأهميته في انجاح الرحلة السياحية"، ورقة بحث مقدمة للملتقى العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 09.

1- المقومات التاريخية والدينية والأثرية:

يعتبر العمق التاريخي لبلد المقصد السياحي عامل جذب لعدد كبير من تيارات السياحة حول العالم، فالأثر التاريخي يعطي احتراماً وتحسيداً لهوية تلك المنطقة وهو شاهد على جذورها التاريخية، وبطبيعة الحال فإن للمواقع الدينية اهتماماً واحتراماً خاصاً لدى أبناء الديانات السماوية، حيث تعتبر بجد ذاتها عامل جذب كافياً للقيام بالرحلة السياحية كونها ترتبط بأبعاد نفسية وروحية لتلك المواقع.

2- عوامل الأمن والاستقرار:

يشكل الأمن العامل الأبرز لقرار السائح باختيار المنطقة قبل الحديث عن أهمية وجمال المكان، كون المحافظة على الحياة وسلامة النفس واحدة من أهم المتطلبات التي يريدها الفرد أثناء القيام بالزيارة.

3- المقومات الحديثة والتسهيلات الحديثة:

يستند معظم السياح أثناء القيام بالرحلة السياحية للرجة في الحصول والتمتع بالخدمات السياحية والرقية في التعامل مقابل المبالغ التي يدفعها السائح، وبالتالي أصبحت الخدمات والتسهيلات المقدمة نقطة مفاضلة في اختيار الموقع السياحي.

4- الإتصالات:

أصبحت الإتصالات في الوقت الحديث علامة فارقة في الحركة السياحية حول العالم، وهي بذات الوقت تعبير عن مدى التقدم الذي وصلت إليه تلك الدولة، فالسياحة الحديثة تعتمد على أنظمة الإتصالات الحديثة في عملية تسويق السياحة والإجراءات والأنشطة المرافقة، كما أنها تعطي للشخص الزائر امكانية التواصل مع مناطق أخرى أثناء قيامه بالزيارة.

وغيرها من العوامل الأخرى مثل التطور في المجال الطبي والمجال التعليمي.. إلخ.

ثالثاً: مرافق وخدمات البنية التحتية:

وهي مرافق أساسية لا يمكن تطوير الأنشطة السياحية من دونها فمناطق الجذب السياحي والمشاريع السياحية لا يمكن أن يتم تجهيزها و إعدادها لاستقبال السياح والزوار دون توفر خدمات ومرافق شبكات الطرق والشوارع من وإلى هذه المناطق وادخالها كما تحتاج المناطق السياحية إلى خدمات الكهرباء، ومن الخدمات والمرافق الضرورية شبكات توفير وتوزيع المياه وكذلك خدمات ومرافق الإتصالات، فالطرق والكهرباء والمياه والاتصالات خدمات أساسية وضرورية لتطوير مناطق الجذب السياحي، وأصبحت عملية التنمية السياحية مرتبطة بتخصيص المناطق والأراضي للغايات السياحية شريطة توفير خدمات البنية التحتية فيها مثل البدء بتطوير أية مشاريع سياحية فيها. وأصبح توفير مثل هذه الخدمات ومرافقها شروطاً مسبقة مثل موافقة الجهات المختصة على إقامة أية مشاريع سياحية وخاصة مشاريع الفنادق والمنتجعات السياحية، وبرز توفير مثل هذه الخدمات والمرافق بصورة جلية في المشاريع

السياحية التي أقيمت في منطقة شرم الشيخ في جنوب سيناء بمصر ومنطقة حمامات الياسين على بعد حوالي 50 كم إلى الجنوب من مدينة تونس العاصمة¹.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة على السياحة.

من بين العوامل المؤثرة على السياحة هناك عوامل طبيعية وعوامل اجتماعية وأخرى اقتصادية :

أولاً: العوامل الطبيعية:

وهي مجموعة من العوامل التي تحكم المنطقة المراد تنميتها وعلى رأس هذه العوامل²:

1- المناخ:

أهمية المناخ للتنمية السياحية تأتي بالدرجة الأولى من درجات الحرارة ومتوسطاتها صيفا وشتاء.. والمواعيد المناسبة لكل قطاع من السياحة والرياح وسرعتها وأوقات هبوبها والأمطار ومواعيد هطولها وحجم هذه المطار. كل هذه العوامل لها أهميتها في المواعيد المناسبة لاستقبال الأفواج السياحية، ونوع السياحة هل هي للاستجمام أو للمصايف أو للمشاتي أو للعلاج.. الخ.

2- الطبوغرافيا:

وهي طبيعة الأرض من جبال وهضاب ووديان وطبيعة التربة والشواطئ وما مدى ظاهرة المد والجزر وما نوع الشاطئ (صخري، رملي) وإمكانات البحر من الحياة البحرية، تؤثر الطبوغرافيا في اختيار الأماكن المناسبة لعناصر المشروع بعيدا عن ممرات السيول مثلا، أو اختيار قمة مناسبة لإقامة مشروع فندق يطل على البحر وأماكن مهبط الطائرات، والطرق.. الخ.

3- المزارات:

تلعب المزارات بكل أنواعها (أثرية، تاريخية، دينية) ودورها هام في جذب السائح وكلما زادت المزارات كلما زادت الفرصة للارتداد على أن تكون جاهزة لاستقبال السياح.

4- البنية الأساسية:

وهي طرق الوصول للمنطقة المراد تنميتها، مثل وجود المطار لخدمة المنطقة، وإمكانية توصيل أو تدبير مياه الشرب للمنطقة، وكذلك الطاقة الكهربائية، ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية، وشبكة الصرف الصحي.

¹ عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، مرجع سبق ذكره، ص ص 167، 168.

² ماهر عبد الخالق السبسي، "مبادئ السياحة"، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2014، ص ص 28، 29.

5- البيئة:

البيئة اجمالاً هي الاطار الخارجي الذي يضم جميع العناصر الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية والتي يعيش فيها الانسان في تكامل وتوازن يساعد على استمرار الحياة وبقائها كما أرادها الله.

والارتباط وثيق بين النشاط السياحي بكل أشكاله وبين البيئة بمعناها الواسع ، فالبيئة توفر الأساس الحقيقي للنشاطات السياحية، بينما السياحة عامل للمحافظة على البيئة وتطويرها وتحسينها، إلا أنه اذا لم توجد الإدارة السليمة للموارد السياحية والاختيار المناسب للمشروعات والنظم المعيارية فقد يؤدي ذلك الى تصدع البيئة وانهايار الأساس الذي اعتمد عليه النشاط السياحي وبالتالي يصبح المجتمع والسائحون ضحية ذلك.

فالبيئة النظيفة تعني سياحة ناجحة وهي تعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي، فالسياحة والبيئة وجهات لعملة واحدة، فسياسات السياحة لا يمكن أن تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن نأخذ في الاعتبار الحفاظ على البيئة لتحقيق التنمية المتواصلة.

ثانياً: عوامل اجتماعية:

تتشابك داخل العوامل الاجتماعية العديد من العناصر التي تدخل في تشكيل السياحة وبلورة مفهومها، وهي الثقافة التي يتمتع بها السائح، كما يؤدي الدين أيضاً دوره وكذلك اللغة ووقت الفراغ والتقاليد الموروثة، وهذه العوامل مجتمعة لها تأثير على السياحة، حيث أنها تساعد على ايجاد الدوافع السياحية التي لولاها لا قامت الحركة السياحية كما أن لها ارتباط بالدول المستقبلية للسياحة. بالنسبة للثقافة فكلما ازداد الانسان قراءة عن بقعة تاريخية معينة أو مزارا سياحياً محددًا كلما زادت رغبته في معرفة ذلك المكان عن قرب، وبالتالي القيام بزيارته.

وهناك الأماكن السياحية الدينية (المساجد، الكنائس، المعابد، الأضرحة) التي يتوافد إليها السياح من كل مكان، إضافة إلى ذلك تؤثر اللغة التي يجيدها السائح تأثيراً كبيراً على مدى فهمه واستيعابه لما يراه ولو أن اللغات العالمية الآن كالإنجليزية والفرنسية استطاعت أن تقرب هذا التأثير لحد كبير¹.

ثالثاً: العوامل الاقتصادية:

تعد السياحة نشاطاً ترفيهياً لذا يؤثر متوسط دخل الفرد في الحركة السياحية إلى حد كبير، حيث يجب على الفرد العمل على توفير مدخرات للقيام برحلة سياحية، كما أن الدولة المستقبلية للسياح يجب أن يكون لدخلها القومي ما يتيح لها توفير المبالغ المخصصة لإنشاء واقامة الأماكن السياحية والقيام بالتنمية السياحية كما يجب. ويعتبر سوق العملة أيضاً مؤثراً على الحركة السياحية، فتدهور العملة يؤثر على الدخل القومي، كما أن توفر وسائل النقل وامكانياته ومدى قرب مصادر السوق السياحي والمزارات تؤثر أيضاً في النشاط السياحي².

¹ نوال قوارطة، جمعة كعواش، مرجع سبق ذكره، ص ص 14، 15.

² ماهر عبد الخالق السبيسي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

وعليه يشترط نجاح القطاع السياحي توفر مجموعة من العوامل المتكاملة فيما بينها التي تساعد على تنمية مختلف جوانب السياحة بالبلد.

المبحث الثالث: الاستثمار في المنشآت الفندقية كآلية لدعم القطاع السياحي.

يرتكز نجاح السياحة على مدى توفرها على المرافق والمنشآت اللازمة، حيث أصبحت الكثير من الدول تعمل على تحفيز وتشجيع الاستثمار في القطاع الفندقى من أجل جذب واستيعاب أكبر عدد ممكن من السياح، وبالتالي تطوير واقع السياحة، وسنبرز في هذا المبحث أهمية الاستثمار الفندقى في دعم القطاع السياحي.

المطلب الأول: مساهمة الاستثمار الفندقى في بعض المتغيرات الاقتصادية.

يساهم القطاع الفندقى بشكل كبير في تنمية وتطوير الاقتصاد الوطنى من خلال تأثيره على جملة من المتغيرات الاقتصادية.

أولاً: زيادة القيمة المضافة:

إن الاستثمار في القطاع الفندقى سيساهم حتماً في القيمة المضافة للدولة من خلال منافع دفع الأجور للعاملين فيها والأرباح والمداحيل التي تحققها لملاك المشروعات والتدفقات المالية الأخرى، بالإضافة إلى إنشاء مشاريع جديدة وإمكانية تحقيق التكامل بين مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية وقطاع الفنادق كل هذا سيؤدي إلى زيادة ملموسة للقيمة المضافة للدولة¹.

ثانياً: مساهمة الفنادق في زيادة الناتج القومى:

يعد نشاط الفنادق من أنشطة الخدمات الإنتاجية بمعنى أنه يقدم منتج في شكل خدمة فندقية للمواطنين أو الأجانب الراغبين في خدمات الاستمتاع والترفيه، ويساهم في توليد الدخل القومى لأصحاب عناصر الإنتاج العاملين في مجال الفنادق.

وتقاس أهمية أي القطاع على المستوى القومى بعدة مؤشرات أهمها²:

1- مساهمة القطاع في توليد الناتج أو الدخل القومى؛

2- حجم العمالة بالقطاع وأهميتها النسبية؛

¹ سعاد صديقي، "دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية - دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجى - وكالة جيجل -"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006/2005، ص 65.

² محمد البناء، "اقتصاديات السياحة والفندقة"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 198، 199.

3- مساهمته في الصادرات وفي ميزان المدفوعات عموما وما يولده من نقد أجنبي؛

4- حجم الإنفاق على خدمات القطاع سواء كان إنفاق استهلاكي أو استثماري.

كما يتوقف أثر الفندقة في تنمية قطاعات الاقتصاد الوطني على تقدير مصروفات السائحين الاجمالية التي تتمثل في أرقام الفنادق والمطاعم ووسائل النقل ومحلات الهدايا والملاهي والمقاهي، وقد ثبتت أن هذه الموارد السياحية تعم جميع قطاعات الاقتصاد، من خلال حلقة توزيع الدخل على عناصر الإنتاج إلى طلب داخل الاقتصاد الوطني، وفي ظل قدرة الاقتصاد على تلبية هذا الطلب يزيد الإنتاج الوطني وبالتالي يعتبر النشاط الفندقي عنصرا مهما في جلب المزيد من المداخيل إلى الدولة¹.

ثالثا: التحسين في ميزان المدفوعات:

أن تدفق رؤوس الأموال سواء أكانت وطنية أو أجنبية في المشروعات الفندقية تنجم عنها إيرادات للدولة تكون في شكل ضرائب على هذه المشروعات، أو رسوم تحصلها من السائحين المقبلين مقابل منحهم تأشيرات الدخول إلى البلاد، كما أن خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية وما يمكن تحقيقه من منافع نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع الفندقة ومختلف القطاعات الأخرى الداخلة، كل هذه المنافع تؤدي بالضرورة إلى زيادة إيرادات الدولة وبالتالي التحسين في ميزان المدفوعات².

ومن المعلوم أن أهمية أي قطاع في الاقتصاد الوطني تتحدد بمدى قدرة هذا القطاع على جلب موارد النقد الأجنبي التي من شأنها أن تحدث فوائض في موازين المدفوعات.

وفي هذا الصدد فإن تواجد استثمارات فندقية ذات جودة عالية أصبح يعد بذاته أحد عناصر الجذب السياحي التي يرغب السائح الأجنبي خاصة في اكتشافها، ما ينتج عنه زيادة العملة الصعبة³.

¹ سميرة العابد، فايحة لعرف، "صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الوطني حول: "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص 06.

² وهيبه ليازيد، "السياحة بالجزائر: إمكانات ضخمة ومعوقات عديدة"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الثاني حول: "الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 05.

³ سميرة العابد، فايحة لعرف، مرجع سبق ذكره، ص 06.

المطلب الثاني: مساهمة الاستثمار الأجنبي في تدفق رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التكنولوجيا وأثرها على القطاع السياحي.

إن القيام بالمشاريع الفندقية التي تتناسب مع التطورات العالمية تتطلب نقل التكنولوجيا المتطورة عن طريق الشركات الأجنبية حتى تستطيع بعد ذلك تلبية احتياجات ورغبات السياح ما يعمل على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية. أولاً: نقل التقنيات التكنولوجية:

إن السماح للشركات الأجنبية من الدخول للاستثمار في المشاريع الفندقية يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي والتطور على مستوى القطاع السياحي ككل، من خلال ما يلي¹:

- نقل فنون أنظمة الإدارة الحديثة المتعلقة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية؛
 - إدخال تجهيزات جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية خاصة الخدمات الفندقية منها أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية؛
 - تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة الفندقية بإتباع برامج تدريب للقوى العاملة ما يساهم في توفير الراحة للسائح مستقبلاً ويجفزه على إطالة مدة الإقامة وحتى العودة في المستقبل؛
 - القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة في النشاط الفندقية والنشاط السياحي ككل.
- بالإضافة إلى هذه المزايا هناك مزايا أخرى ناجمة عن وجود هذه الشركات الوطنية من الاستفادة منها بالأخذ بالطرق الحديثة في بيع الخدمات السياحية أو تطوير أنظمتها وتطبيق نظم الإدارة الحديثة على مستوى الفنادق حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمات.

وسعيًا للنهوض بالقطاع الفندقية الذي يتمتع بتعدد أدواره الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، عملت العديد من الدول في العالم على تطويره مستغلة في ذلك ما توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة.

فالإنترنت اليوم يعتبر وسيلة اشهارة وتسويقية على درجة كبيرة من الأهمية، إذ أنه مكن طالبي الخدمات السياحية من الحصول على معلومات كثيرة تمكنهم من ترتيب عطلهم بشكل سهل نسبياً، وذلك من خلال الاطلاع على غرف الفنادق التي يرغب في الإقامة بها، وهو في مسكنه، كما يمكنه مقارنة العروض المختلفة، معرفة مواقيت عمل وسائل المختلفة.

بالنسبة لعرضي الخدمات الفندقية (أصحاب الفنادق، المطاعم، وسائل النقل)، تعتبر الإنترنت وسيلة ملائمة لعرض خدماتهم دون دفع مقابل كبير في شكل رسوم وغير ذلك من الأعباء، إلا أن الاستعمال المفيد لهذه التكنولوجيا يقتضي النهوض بالمواقع الإلكترونية السياحية بالشكل الذي يسمح بإنتاج المعلومة السياحية، معالجتها،

¹ سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

تخزينها وتوزيعها بالشكل الأحسن لتمكين طالبيها من الاستفادة منها ، هذا الأمر لا يتحقق بسهولة، بل هو يتطلب إمكانيات كبيرة.

وبالتالي فالتقنيات التكنولوجية الحديثة تعمل على دعم نمو السياحة عامة وقطاع الفنادق بالخصوص ، فهي تعمل على جذب السياح نظرا للإمكانيات المتطورة التي توفرها¹.

ثانيا: تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:

يساهم الاستثمار في المنشآت الفندقية بدرجة كبيرة في دعم وتطوير القطاع السياحي في الدول المستقبلية للسياح، عن طريق توفير جزء من النقد الأجنبي الذي بدوره يمكنها من الحصول على الأموال اللازمة لتنفيذ خططها التنموية الشاملة، وتتمثل هذه التدفقات من النقد الأجنبي فيما يلي²:

- ◆ ما تساهم به رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بالقطاع الفندقية (بناء فنادق، قري سياحية.. الخ)؛
- ◆ الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات التي تقدمها المنشآت الفندقية مثل الإنفاق في المطاعم، الملاهي، شراء التحف وغيرها من الخدمات، (بالإضافة إلى الإنفاق على شراء السلع الإنتاجية وخدمات من قطاعات أخرى)؛
- ◆ الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

المطلب الثالث: فرص العمل والمهارات الإدارية للاستثمار الفندقية ودورها في دعم القطاع السياحي.

إن القطاعين الفندقية والسياحي كثيفا التشابك، مما يعني إمكانية الاستثمار الفندقية على توليد فرص العمل التي تخدم السياحة ما يتطلب أيضا توفير مهارات إدارية كفئة.

أولا: توفير فرص العمل:

إن التوسع في إقامة مشروعات فندقية وكذا المشروعات التكميلية الأخرى المرتبطة بها سواء كانت بمساهمة رأس المال الأجنبي أو الوطني، فإن ذلك يساعد في خلق فرص عمل جديدة سواء كانت هذه العمالة مباشرة أو غير مباشرة.

وتتمثل العمالة المباشرة في الأفراد العاملين في المنشآت الفندقية باعتبارها مرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي فهي تحتاج إلى يد عاملة معتبرة وتشغيل نسبة كبيرة من عمال بسطاء، موظفين، باحثين مختصين وخبراء للقيام بالدراسات الأولية لعملية الانجاز والتهيئة والتجهيز الداخلي للفندق، هذا ما يؤدي أيضا إلى إتاحة فرص عمل غير مباشرة وهي التي توفرها مئات الصناعات المغذية لصناعة الفنادق سواء في مرحلة الإنشاء كشركات المقاولات والبناء،

¹ عبد الرحمن مغاري، بلال شيخي، "انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السياحة الداخلية في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة للملتقى الوطني حول: "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص 03.

² سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 58.

أو مرحلة التجهيزات بالأثاث والأرضيات والديكورات وأجهزة المطابخ والمصاعد... الخ. أو في مرحلة التشغيل حيث تزودها بمختلف المنتجات التي تحتاج إليها المنشآت الفندقية من مختلف أنواع الطعام والشراب وكذلك تجهيزات الإقامة... الخ.

كما أنه لا يمكن تجاهل الآثار التي يحدثها زيادة فرص العمل على الفرد والأسرة والمجتمع ككل كإخفاض البطالة وما يترتب عليه من ارتفاع لمستوى الرفاهية للمجتمع. وغيرها من المنافع والآثار الإيجابية الأخرى، التي تساهم في رقي المنطقة والمجتمع عامة وهو ما يجذب السائح لدى زيارته لمنطقة معينة، فتوفير فرص العمل نتيجة لزيادة الاستثمارات الفندقية يساهم بصفة غير مباشرة في زيادة الاستقرار والرفاهية لدى المجتمع وهذا بدوره يساهم في زيادة جذب السياح لهذا المجتمع¹.

ثانياً: تنمية المهارات الإدارية:

ترتكز صناعة السياحة بشكل كبير على مدى قوة المنشآت الفندقية، حيث تتطلب هذه الأخيرة وجود طبقة إدارية تتوفر على خبرات ومهارات من طبيعة خاصة قد لا تتوفر في المنشآت الصناعية والتجارية الأخرى، هذا ما يدفع القائمين على تسيير الفنادق بتعليم الأفراد العاملين وتدريبهم في مختلف المجالات المرتبطة بالنشاط الفندقية والسياحي بغرض زيادة كفاءتهم وإلمامهم بالعمل وتطوير مهاراتهم وترقيتهم، بالإضافة إلى توسيع خبراتهم. بهدف تغطية مختلف المنشآت الفندقية بالقوى العاملة المدربة والمؤهلة، لأن نجاح وتنمية القطاع السياحي ككل يعتمد على ما يتوفر عليه من مهارات إنسانية ومختلف مهارات التعامل وذلك باعتبار أن المنشآت الفندقية تعمل أساساً على تقديم الخدمات ذات نوعية خاصة للسائح، وهي كذلك نظراً لاختلاف جنسيات وأذواق السائحين. فالسائح لدى قدومه لمنطقة معينة أول ما يبحث عنه هو مكان الإقامة المناسب الذي يلبي احتياجاته، ويحقق راحته، وهذا المطلوب لا يتحقق إلا بوجود العمالة المدربة ذات المهارة العالية التي تتكيف مع متطلبات السائح المتعددة والمتنوعة. وبالتالي فإن تنمية وترقية العاملين وتطوير برامج العمل والاهتمام بها يحقق ربح كبير عن طريق تقديم خدمات أفضل، وذلك لأن العمل في المجال الفندقية والسياحي بصفة عامة يهدف إلى تحقيق غايات أكبر عدد ممكن من الناس نتيجة لتعدد خدماتهم، وبالتالي فإن نتائجه تؤثر على الاقتصاد القومي عن طريق ما تحصل عليه الدولة من إيرادات ومن العملة الصعبة.

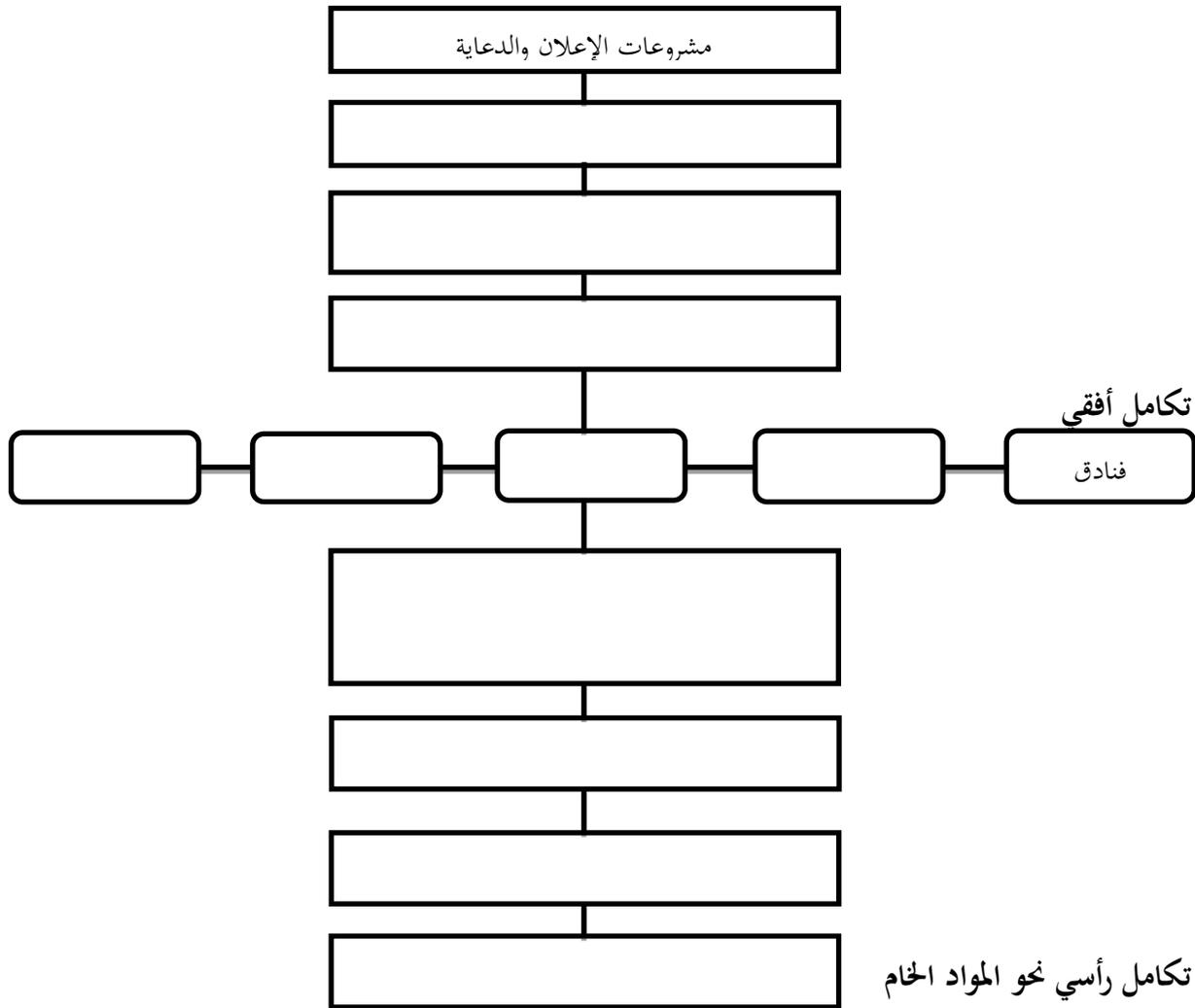
¹ سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 60.

المطلب الرابع: الاستثمار الفندقية كآلية لتكامل القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى.

إن إنشاء مشروعات فندقية جديدة أو تطوير المشروعات الحالية يساهم بتحسين دخلها ودخل التجار الحرفيين، والمطاعم، لأن السائح عند إقامته يستهلك عدة مواد: مثل المواد الغذائية والعطور، الجرائد والمجلات، التحف التذكارية والحلي التقليدية مما يعود بالأرباح على المنتجين والتجار ويساهم في استمرار نشاطهم وتحسين مستوى معيشتهم والتوسع في أعمالهم أو خلق مشروعات جديدة¹.

وبشكل عام فإن تطوير وتنشيط قطاع السياحة في أي دولة يساعد على خلق أنواع مختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية وتحقيق التكامل الرأسي والتكامل الأفقي كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (04): التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى.



المصدر: سعاد صديقي، " دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية- دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي- وكالة جيجل-"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005/2006، ص 62.

¹ سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

يلاحظ من خلال الشكل أن هناك تكامل رأسي نحو السوق وآخر نحو المواد الخام من أجل الحصول على كل المستلزمات ومختلف الخدمات أو من أجل تصريف المنتجات السياحية. كما يلاحظ أيضا أن هناك تكامل أفقي مع مختلف الفنادق من أجل تبادل الخبرات والمهارات تقديم أفضل الخدمات للسياح.

رغم صعوبة القياس الدقيق لهذه العلاقات إلا أنه لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية والاجتماعية الناتجة عن تطوير النشاط السياحي وخلق العلاقات الداخلية مع مختلف القطاعات الأخرى وما يترتب عنها من منافع مباشرة وغير مباشرة نذكر منها¹:

1- جذب الاستثمارات الأجنبية وكذا تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها في مشروعات جديدة؛

2- خلق فرص عمل جديدة عن طريق إنشاء مشروعات اقتصادية جديدة؛

3- استغلال الموارد الطبيعية والبشرية بصورة مثلى وخلق استخدامات جديدة لها؛

4- ارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات المحصلة في شكل ضرائب ورسوم وبالتالي زيادة قدرتها على إقامة وتمويل مشاريع وخطط التنمية الشاملة؛

5- تشجيع وتنمية القطاعات الخدمية الأخرى لمساعدة القطاع السياحي.

غير أن درجة التكامل بين القطاعات تتوقف على عدد من الاعتبارات وهي:

✓ سياسات الدولة في التصدير والاستيراد، ويقصد بها درجة تحكمها ورقابتها على التصدير والاستيراد، فقد يؤدي قيام المنشآت الفندقية إلى استيراد المستلزمات الخاصة بها وشرائها من الخارج، وهذا يؤثر بطبيعة الحال على تنمية المشروعات الوطنية والعلاقات الاقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى، إذن لا بد أن يكون استهلاك هذه المنشآت يعتمد بدرجة كبيرة على منتجات داخلية وليست مستوردة؛

✓ إن نجاح هذا التكامل يتوقف على مدى قدرة هذه القطاعات على تلبية الاحتياجات المختلفة للمنشآت الفندقية من حيث الكمية، الجودة والتوقيت؛

✓ في حالة دخول منشآت أو شركات أجنبية للاستثمار في القطاع السياحي والفندقي، يجب أن لا يكون وجودها يؤدي إلى اختفاء المشروعات الوطنية حتى لا يؤثر ذلك سلبا على استثمار رأس المال الوطني.

هنا تجدر الإشارة إلى أن نجاح التكامل بين القطاع الفندقية والسياحي والقطاعات الأخرى، يعمل على دعم القطاع السياحي نظرا للارتباط الوثيق بينهما. فالقطاع الفندقية لا يمكنه التطور والنجاح إذ لم يتحصل على متطلبات

¹ سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره، ص ص 63، 64.

إقامته وتسييره من باقي القطاعات، كما أن القطاع السياحي يركز على ضرورة توفير احتياجات السياح ولا يتم ذلك إلا من خلال التعامل مع باقي القطاعات.

وعليه، يتضح لنا جليا أن الاستثمار في المجال الفندقية إضافة إلى مساهمته في العديد من المتغيرات الاقتصادية للدول فإنه يعد وسيلة دعم أساسية للقطاع السياحي من خلال ما يوفره من خدمات تلبي رغبات ومتطلبات السائح وتدعم وتوفر البيئة المناسبة لازدهار القطاع السياحي.

خلاصة الفصل الثانى:

فى الأخير، يمكن القول أن السياحة تلعب دورا هاما فى تنشيط وتمويل اقتصاديات كثير من الدول المتقدمة أو النامية، حيث ترتكز أساسا على قطاع الفنادق الذى يمثل أكثر أنواع الخدمات السياحية توفيرا لفرص العمل، فالاستثمار الفندقى أحد أكثر الاستثمارات تأثيرا فى القطاع السياحي عبر العالم، كونه أحد ضروريات الحضارات الحديثة.

إذ لا يمكن تصور بلد متحضر دون وجود نظام فندقى يسمح بإقامة السواح فى كل أنحاء المناطق السياحية باختلاف أغراضها.

الفصل الثالث: الاستثمار الفندقى كمدخل لدعم وترقية السياحة بولاية قالمة.

تمهيد.

المبحث الأول: القطاع الفندقى ومساهمته فى التنمية السياحية فى الجزائر.

المبحث الثانى: نظرة موجزة عن القطاع السياحى والفندقى بولاية قالمة.

المبحث الثالث: واقع الاستثمار الفندقى فى ولاية قالمة ودوره فى تنمية السياحة.

خلاصة الفصل الثالث.

تمهيد:

تتنوع الامكانيات الطبيعية للسياحة الجزائرية بين المعطيات الجغرافية والطبيعية والأثرية التي تتمتع بها الجزائر في مختلف مناطقها عبر كامل التراب الوطني، حيث تحتاج هذه الامكانيات إلى مؤسسات تقوم عليها على رأسها المؤسسات الفندقية التي تلعب دورا كبيرا في دعم وترقية القطاع السياحي.

وتعتبر ولاية قالمة من بين المناطق التي تحظى بإمكانات سياحية متنوعة (طبيعية، حموية، جبلية ..) إضافة إلى طاقات فندقية معتبرة التي تمثل ركيزة أساسية لجذب السياح للمنطقة وبالتالي دعم السياحة بها في مختلف الجوانب.

المبحث الأول: القطاع الفندقى ومساهمته في التنمية السياحية في الجزائر.

بما أن الفنادق أصبحت من بين الضروريات المهمة في أي بلد من خلال الدور الذي تلعبه في المجتمع وفي تنمية القطاع السياحي، فالفنادق الجزائرية كغيرها من الفنادق لكي تدعم السياحة بشكل كبير عليها أن تتبنى مسار واضح في تسيير شؤونها ليتحقق ذلك.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر وأنواع السياحة فيها.

تزخر الجزائر بالعديد من الإمكانيات والموارد التي تؤهلها قبل غيرها أن تكون من مصاف الدول الأولى السياحية المطلة على البحر الأبيض المتوسط ودول شمال إفريقيا. وأن تكسبها مركز تنافسي في الأسواق العالمية ما انعكس على اهتمامها بتنمية وتطوير قطاع الفنادق، كما تتميز السياحة في الجزائر بعدة أنواع.

أولاً: المقومات السياحية في الجزائر:

تتمتع الجزائر بالعديد من المقومات السياحية المتنوعة منها ما هو طبيعي أو تاريخي إضافة إلى توفرها على العديد من المقومات السياحية التي يدخل الإنسان ضمن توفيرها.

1- المقومات الطبيعية:

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط، تحتل مركزاً محورياً في المغرب العربي وإفريقيا، حيث تتمتع بواجهة بحرية يفوق طولها 1600 كلم، تعتبر شرفة حقيقية على البحر المتوسط تتكون من شواطئ رملية أو صخرية مرتفعة أو طرقات شطية (كورنيش)، كما يضم الشريط الساحلي الجزائري 14 ولاية بـ458 شاطئ، بالإضافة إلى مركبات سياحية شيدها مهندسون ذوي شهرة عالمية مثل "بويون" و"موريتي" اللذان اندجما طبيعياً في موقعهما ويؤكدان الإرادة على التطوير الدائم للشريط الساحلي أهم شواطئها: وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة والقالة¹.

تتميز الجزائر كذلك بمناخ متنوع ينقسم إلى:

- ◆ **مناخ الهضاب العليا:** يتميز بشتاء بارد ورطب، وصيف حار؛
- ◆ **المناخ الصحراوي:** يسود الجنوب الجزائري ومتوسط درجة الحرارة السنوي 40 درجة مئوية.
- تتبع الجزائر على ثلاثة أنواع من التضاريس المتباينة وهي تتابع من الشمال إلى الجنوب كالآتي:
 - **السلسلة الساحلية للتل:** مثل سهول متيجة، وهران وعنابة، الهضاب العليا؛
 - **السلسلة الجبلية للأطلس الصحراوي:** وتمثل 80% من المساحة الكلية للبلاد، تتميز بعدد كبير من الواحات وغابات النخيل، وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية؛
 - **سهول حجرية:** ومن هذه المناطق: بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت، وتمنراست، وأكثر ما يميز صحراء الجزائر منطقة الأهقار بتمنراست، كما تحتوي صحورها على بقايا حيوية ونباتية تدل على وجود الحياة لهذه المنطقة منذ العصور الجيولوجية القديمة تعود إلى أكثر من عشرة آلاف سنة. وتعتبر

¹ نوال لكحل، تغريد الأغا، مرجع سبق ذكره، ص 08.

صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية لتصبح موردا لتحقيق إيرادات سياحية لخزينة الدولة¹.

2- المقومات الحضارية والتاريخية:

احتضنت أرض الجزائر "إنسان" ما قبل التاريخ، في مناطق "الطاسيلي" و "الأهقار" و "عين الحنش" و "التوات"، يشهد على ذلك الرسوم الصخرية وبقايا الكائنات البشرية والحيوانات التي تم اكتشافها. كما أنها تحتضن أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق موجود في الصحراء الكبرى. وتعد الجزائر موطن الحضارات التي تزال بصمة كل منها خالدة، منها الحضارة النوميدية التي خلفت آثار ونصب تذكارية حاضرة عبر كل المناطق إلى الحضارة الفينيقية التي ما تزال مقابرها منتشرة بكل من المدية وتيبازة والحضارة القرطاجية .. إلخ، والنصيب الأكبر من المدن الأثرية يرجع للحضارة الرومانية بكل من تيبازة، شرشال، جميلة..، أما الحضارة الإسلامية فتتمركز آثارها بنسبة 70% بولاية تلمسان بالإضافة للعديد من المساجد والمدن العثمانية المنتشرة عبر كل المناطق الجزائرية، الأمر الذي جعل الجزائر تمتلك مواقع تاريخية ذات سمعة عالمية. كما تتباهى الجزائر بموروث ثقافي محلي ثري وغني جدا، يبرز من خلال العادات والتقاليد المحلية على غرار الاحتفالات والأعياد المحلية السنوية².

3- مقومات من صنع الإنسان:

إضافة إلى المقومات السابقة، تتوفر الجزائر على جملة من المقومات يعد الإنسان مصدرها الأساسي، نذكر منها:

أ- المنشآت القاعدية للنقل والمواصلات: يعتبر النقل الشريان الحقيقي لقطاع السياحة، والجزائر تتوفر على مجموعة من المنشآت يمكن استغلالها لتطوير النشاط السياحي بداية من الشبكة الوطنية للنقل التي لا تتعدى مائة ألف كلم، منها 90000 كلم طريق تتوزع بين: 22000 كلم طرق وطنية، 26000 كلم طرق ولائية و 42000 كلم طرق ثانوية. هذه الشبكة وإن كانت متمركزة في الشمال مما يحتم ضرورة شق طرق صحراوية لتسهيل الحركة من وإلى الصحراء، سيما وأنها مقصد لكثير من السياح خاصة الأوروبيين، يضاف لها الطريق السيار الذي يربط شرق البلاد بغربها على مسافة 1216 كلم، الذي من شأنه أن يسهل عملية التنقل السريع والمساهمة في زيادة الحركة السياحية من وإلى الجزائر، فضلا على ما سوف ينشأ بجواره من منتجعات سياحية وفنادق.

بالنسبة للسكك الحديدية، تتوفر الجزائر على 4200 كلم مزودة بحوالي 200 محطة موجودة خصوصا في الشمال الجزائري (الهضاب العليا).

أما المطارات والموانئ فتتملك الجزائر 53 مطارا منها 13 مطارا دولي، 8 مطارات وطنية، 14 مطارا جهويا، 19 مطارا للاستعمال المحدود و 04 مطارات خاصة بنشاط الطاقة، غير أن ذلك غير كاف تماما فوجب على الدولة

¹ فتبيحة منخاش، "قطاع السياحة ما بين المقومات والآثار التنموية- دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب"-، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، يومي: 8 و 9 نوفمبر 2015، ص 08.

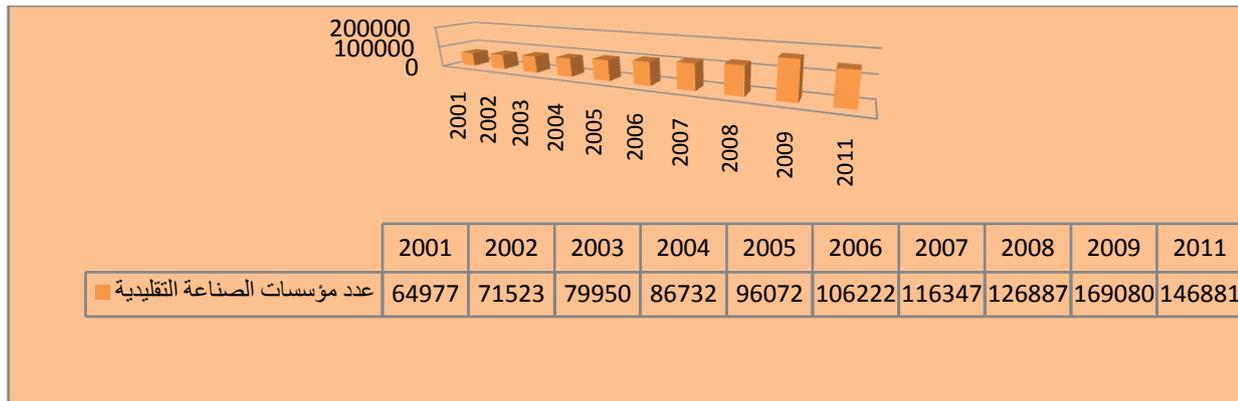
² فتبيحة قرابرية، "آفاق الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية (المخطط التوجيهي للتنهية السياحية SDAT2025)"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 04.

أن تستدرك ذلك من خلال برمجة مطارات جديدة وتأهيل المطارات الموجودة لتصبح مطارات دولية ووطنية وتحسين الخدمات على مستوى المطارات بحيث تصبح عامل تحفيز لزيارة الجزائر، الأمر ينطبق أيضا على الموانئ فبالساحل الجزائري يمتد على مسافة تفوق 1600 كلم يوجد به 13 ميناء متعدد الخدمات و 17 ميناء للصيد البحري وموانئ صغيرة للترفيه السياحي و 02 للمحروقات (سكيكدة وأرزويو)¹.

ب- الصناعات التقليدية: تعتبر الصناعات التقليدية والحرف نتاجا حضاريا لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية لما تحمله من رؤى وقيم حضارية وبيئتها الطبيعية، كما أن الصناعات التقليدية والحرف بفروعها المتعددة والمتنوعة تعتبر إحدى دعائم التطور الاقتصادي والاجتماعي حيث اكتسبت الصناعات التقليدية والحرف أهمية اقتصادية كبيرة في الدول النامية خاصة الجزائر. ولقد عرفت الصناعات التقليدية في الجزائر كما يلي²:

حسب المادة 6: "يقصد بالصناعة التقليدية والحرف، كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي ويمارس: بصفة رئيسية ودائمة ، في شكل مستقر، أو متنقل، أو معرضي". وفيما يلي تطور نشاط الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر خلال الفترة (2001-2011):

الشكل رقم (05): تطور عدد مؤسسات الصناعة التقليدية في الجزائر خلال الفترة (2001-2011).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المراجع التالية:

- موسى بن منصور، ميلود زنكري، "فعالية اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار استراتيجي لحل مشكلة البطالة في العالم العربي - دراسة حالة الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: "استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر"، يومي: 15 و16 نوفمبر 2011، ص 02.
- سليمان ناصر، عواطف محسن، "قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كبديل تنموي للاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: "تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر"، يومي: 28 و29 أكتوبر 2014، ص 06.

نلاحظ من خلال الشكل السابق أنه هناك ارتفاع متزايد لعدد مؤسسات الصناعة التقليدية خلال الفترة (2001-2009)، ويمكن ارجاع النمو المستمر لهذه المؤسسات الحرفية إلى الزيادة في عدد الأنشطة التي تم خلقها

¹ اسماعيل بوغازي، لبن تغلبسية، "واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطورها"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: "التنمية السياحية في الدول العربية: تقييم واستشراف"، المركز الجامعي لغرداية، الجزائر، يومي: 26 و27 فيفري 2013، ص ص 08،09.

² المادة (6)، من الأمر 96-01 المتضمن القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، الصادر في 16/01/1996، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 03، 14 جانفي 1996، ص 04.

خلال هذه الفترة، أما في سنة 2011 نلاحظ انخفاض في عدد مؤسسات الصناعات التقليدية حيث وصل عددها إلى 146881 مؤسسة مقارنة بالسنوات الفارطة ويمكن أن يرجع سبب هذا الانخفاض عن عزوف الحرفيين عن ممارسة أنشطتهم بالإضافة إلى نقص الدعم المقدم لهذه المؤسسات.

في الأخير تجدر الإشارة إلى أنه رغم أهمية هذا القطاع في تنمية وتطوير القطاع السياحي إلا أنه يواجه صعوبات متعددة تحول دون تحقيق الأهداف المنتظرة منه أهمها صعوبة الحفاظ على الحرف لابتعاد الشباب عن ممارستها إلى جانب نقص التمويل من جهة وارتفاع أسعار المواد الأولية وكذا غياب ثقافة تسويق المنتجات والتعريف بها حتى تصل إلى السياح.

ج- وكالات السياحة والأسفار: عرفها القانون الجزائري رقم 06-99 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق لـ 4 أبريل سنة 1999 على أنها: " كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاط سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها"¹.

ثانيا: أنواع السياحة في الجزائر:

يوضح العنصر السابق المقومات السياحية المتنوعة التي تتوفر عليها الجزائر، وهو ما أدى إلى تعدد أنواع السياحة بها، وعليه يمكن التمييز بين أربع أنواع للسياحة في الجزائر حيث نجد السياحة الساحلية، السياحة الجبلية والسياحة الصحراوية، بالإضافة إلى سياحة الحمامات المعدنية.

1- السياحة الساحلية:

يفوق طول الشريط الساحلي الجزائري المطل على البحر المتوسط 1600 كلم، حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية، كما يحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكتبان رملية، ومناطق ساحلية قرب الغابات تمتد من الشرق إلى الغرب. وتحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان، بالإضافة إلى حظيرة "قورايا" التي تتوفر على مناظر رائعة، وحظيرة "تازا" التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحظيرة الوطنية "للشناوة"، إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر "اجليس" وجزر "شقون" التي تعد مواقع بحرية هامة وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية بمياه البحر².

2- السياحة الجبلية:

أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، ومن أهم المرتفعات السياحية نجد **محطة الشريعة** والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج

¹ فاطمة الزهراء طلحي، الشريف بوفاس، "محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص 06.

² الشريف بوفاس، بلال رحاحلية، "ترقية وجهة الجزائر السياحية: رؤية استراتيجية"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتأمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 04.

بالإضافة إلى محطة تيكجدة، إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فقط وإنما هناك ثروات أخرى مهمة للسائح كالحیوانات والطيور النادرة والينابيع المائية وكل هذه بمثابة عوامل جذب للسياح¹.

3- السياحة الصحراوية:

تبلغ مساحة المناطق الصحراوية في الجزائر حوالي 2 مليون كلم² موزعة على خمسة مناطق كبرى في الجنوب هي: أدرار، إيزري، تمنراست، تندوف، وادي ميزاب، وهذه المناطق تمتلك مناطق ومناظر رائعة للاكتشاف، لذا أصبحت تكتسي أهمية بالغة، وتميزت السنوات الأخيرة بتزايد السياح المتجهين نحو الجنوب للاستمتاع بالسياحة الصحراوية خاصة في الفترة جانفي- أفريل².

والجدیر بالذكر أن المنتج الصحراوي الجزائري ذاع صيته في العالم من قبل خبراء في السياحة وهيئات دولية متخصصة، مثل الأهقار في تمنراست وغرداية والعديد من المناطق الصحراوية التي تمتلكها الجزائر³.

4- سياحة الحمامات المعدنية:

تمتع الجزائر بطاقات هائلة من المياه المعدنية الموزعة عبر التراب الوطني وقدرت رسميا بـ202 منبع معدني في سنة 2014، كونها قائمة على مواقع بونيقية مثل حمام المسخوطين بولاية قالمة، أو رومانية مثل حمام ريغة عين الدفلى، والتي تجمع بين الصحة نظرا لخاصية المياه العلاجية والمتعة للموقع الخلاب في سفوح الجبال أو في البراري أو على أبواب الصحراء ومن أشهرها حمام الصالحين (بسكرة)، حمام بوحنيقة (معسكر)، شلالة (قالمة)، زلفانة (غرداية)، عين ورقة (جبال الأطلس الصحراوي)، حمام ملوان (البليدة)، بوغرة (تلمسان)، بوحجر (عين تموشنت)، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر⁴.

¹ هاجر برحائل، " فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 08.

² الشريف بوفاس، منصف بن خديجة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

³ الهادي بوقلقول، نذير طرويبا، " واقع ومعوقات السياحة في المدن الصحراوية- حالة مدينة تيميمون-" ، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 07.

⁴ نوال لكحل، تغريد الأغا، مرجع سبق ذكره، ص 05.

المطلب الثاني: مراحل تنمية السياحة واستراتيجيات السياحة في الجزائر لآفاق 2025.

مر قطاع السياحة بعدة مراحل يمكن من خلالها أن نستخلص بعض التناقضات التي حالت دون تطور هذا القطاع. **أولاً: مراحل التنمية السياحية بالجزائر:**

تبنّت الجزائر بعد الاستقلال نهجاً اقتصادياً ارتكز حول الصناعات المصنعة ولم يولي أهمية كبرى لقطاع السياحة، بالرغم مما تملكه الجزائر من مؤهلات سياحية مميزة. لیتم بعد ذلك اعتماد مخططات متعددة ارتبطت بمراحل مختلفة، ويمكن التطرق إليها فيما يلي¹:

1- مرحلة 1966-1976:

تم خلال هذه المرحلة إنجاز معظم المرافق السياحية خاصة العمومية منها، تطبيقاً لما جاء في توجيهات مختلف النصوص التنظيمية الصادرة آنذاك، لاسيما ميثاق السياحة الصادر في 1966، والمخطط الرباعي الأول 1970-1973 الذي أعطى الأفضلية لترقية السياحة الدولية، محمداً أهداف النشاطات السياحية على المدى البعيد عن ثلاثة أهداف أساسية: مداخيل العملة الصعبة، خلق مناصب شغل وإدماج الجزائر في سوق السياحة الدولية.

2- مرحلة 1976-1986:

جاء المخطط الرباعي 1974-1977، والميثاق الوطني لسنة 1976-1986، بتغيرات في السياسة السياحية، إذ تم التخلي عن مبدأ السياحة الدولية والتوجه إلى السياحة الداخلية وذلك لغرض المحافظة على المجتمع الجزائري من التغيرات السلبية التي قد تنجر بسبب تدفق السواح الأجانب إلى الجزائر. وكانت التوجهات تقوم أساساً على السياحة الداخلية، هي نفسها المعتمدة في آخر مخططين خماسيين 1980-1984 و 1985-1989.

3- مرحلة 1986-1990:

ارتبطت هذه المرحلة بمعطيات اقتصادية عالمية جديدة تمثلت في انهيار أسعار البترول والدولار، وبذلك تدهورت مداخيل المحروقات والاحتياطات المالية، وارتفاع المديونية الخارجية الجزائرية. أرغمت السلطات العمومية في الجزائر إلى مراجعة توجهات السياسة السياحية، والعودة إلى اعتماد السياحة الدولية، خاصة مع ازدياد الطلب على نوع معين من السياحة ألا وهي السياحة الصحراوية. ويتضح ذلك من خلال التوافد القياسي لسنة 1989 حيث سجل توافد 1.2 مليون سائح إلى الجزائر.

4- مرحلة 1990-1999:

انهارت خلال هذه المرحلة مؤشرات التوافد السياحي على الجزائر، حيث سجل أدنى المستويات في سنة 1995 (3400 سائح)، وهذا نظراً للوضع الأمني الذي ساد الجزائر آنذاك. ومع بداية استقرار وتحسن الظروف الأمنية، والمجهودات الترقية التي بذلت، بدأ مؤشر التوافد في الارتفاع من جديد، حيث سجل:

¹ محمد خميسي بن رجم، "الاستثمار في السياحة ودوره في التنمية المستدامة بالجزائر"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص 05، 06.

- ✓ في سنة 1998: 678000 سائح؛
- ✓ في سنة 2000: 859000 سائح؛
- ✓ في سنة 2003: 1166300 سائح؛
- ✓ في سنة 2008: 1500000 سائح.

ثانيا: استراتيجيات السياحة في الجزائر لآفاق 2025:

ليشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 (SDAT)* الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وضع في 2007 معلنا عن نظرة الدولة الجزائرية للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، والمدى الطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة. من ضمن أولوياته وضع إستراتيجية تسويقية أو ما يسمى بمخطط التسويق لوجهة الجزائر لدعم ترقية المنتجات السياحية الجزائرية لإعادة الاعتبار لصورة الجزائر السياحية وتعزيز جاذبيتها¹.

1- أهداف المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لآفاق 2025:

أ- حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي²:

- ✓ ترقية اقتصاد بديل للمحروقات؛
- ✓ تهمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز؛
- ✓ تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى؛
- ✓ تهمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني؛
- ✓ التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

ب- أما الأهداف العامة للمخطط تتمثل فيما يلي³:

- ✓ توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، التشغيل؛

✓ تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار؛

- ✓ التحسين الدائم لصورة الجزائر: بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.

ج- أما فيما يخص المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي التي تم التركيز عليها في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تتجسد في:

* SDAT : "Shéma Directeur d'Aménagement Touristique"

للتوسع أكثر انظر: www.andi.dz/index.php/ar/sécteur-du-tourisme

¹ بلقاسم ماضي، "تقييم المسار التنموي في القطاع السياحي في الجزائر من 62 إلى يومنا"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول "التسويق السياحي وتهمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، مرجع سبق ذكره، ص ص 09، 10.

² الشريف بوفاس، منصف بن خديجة، مرجع سبق ذكره، ص 08.

³ عن موقع الوكالة الوطنية لتطوير السياحة، <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme>، يوم 2016/03/24.

- ✓ فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29286 سريرا؛
- ✓ عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي؛
- ✓ إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب بامتياز.

2- النتائج الأولية للمخطط:

يمكن عرض النتائج الأولية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وفق النقاط التالية¹:

- ✓ التأخر في إتمام الدراسات؛
- ✓ مواجهة المديرية المحلية لمشاكل في منح الصفقات؛
- ✓ ضعف الشراكة وتنسيق الجهود بين الفاعلين في القطاع كوكالات السياحة والسفر وأصحاب الفنادق؛
- ✓ تنافسية القطاع لا تزال ضعيفة جدا مقارنة بالدول المجاورة؛
- ✓ اكتفاء وسائل الإعلام المحلية بالإعلان عن مختلف التظاهرات السياحية التي يقوم بها الديوان، كصالون الدولي للسياحة والأسفار والملتقيات السياحية، إضافة إلى بعض اللمحات البسيطة عن مجموعة من المواقع السياحية تظهر أحيانا في التلفزيون بعنوان " جمال بلادى".

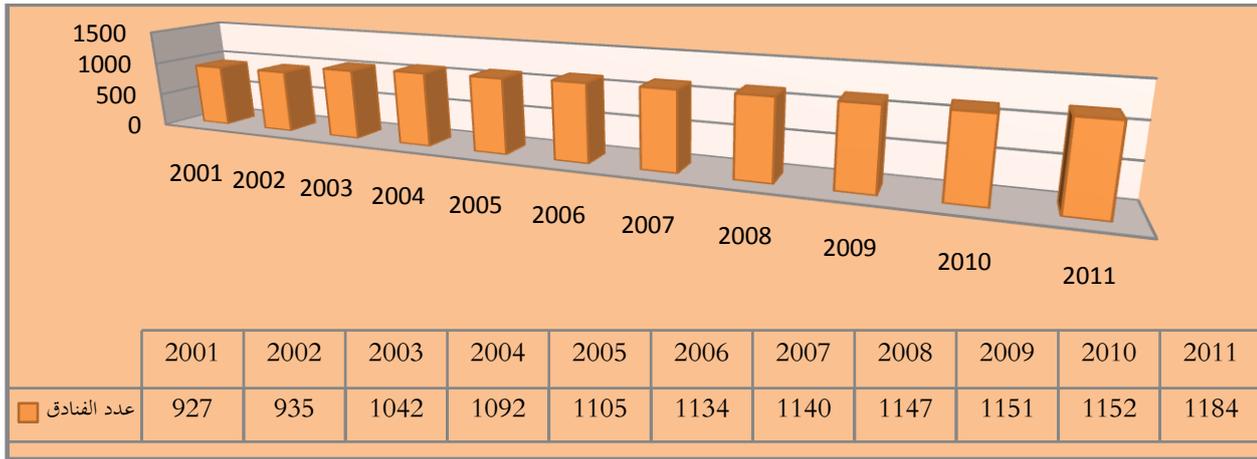
المطلب الثالث: آلية دعم القطاع الفندقى للنشاط السياحي في الجزائر.

يساعد الاستثمار الفندقى على زيادة القدرة الاستيعابية للمؤسسات الفندقية الموزعة عبر الوطن، حيث تعتبر الطاقة الفندقية إحدى أهم المؤشرات المعتمدة في قياس مدى تطور وتقدم القطاع السياحي في بلد ما. أولا: تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف للفترة (2001-2011):

قبل التطرق إلى تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف للفترة (2001/2011) يمكن إبراز أولا تطور عدد الفنادق لنفس الفترة إذ عرفت الجزائر تطورا ملحوظا في عدد الفنادق وذلك تماشيا مع زيادة الطلب عليها وتزايد عدد السياح كونها تعد قطبا سياحيا مهم، ما جعلها محل أنظار السياح، فشرعت الدولة إلى بناء العديد من الفنادق، ويمكن توضيح تطور هذه الأخيرة في الشكل التالي:

الشكل رقم (06): تطور عدد الفنادق في الجزائر للفترة (2001-2011).

¹ بلقاسم ماضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 09، 10.



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الديوان الوطنى للإحصائيات، بتاريخ 2016/03/14، عن الموقعين:

-http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tourisme_2005-2009.pdf

-<http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>

يظهر من خلال الشكل أعلاه التزايد المستمر في عدد الفنادق في الجزائر للفترة ما بين 2001-2011 الذي كان بوتيرة ضعيفة، حيث انتقل عدد الفنادق في الجزائر من 927 فندق سنة 2001 إلى 1184 فندق سنة 2011. وبعد توضيح التطور الحاصل في عدد الفنادق في الجزائر للفترة (2011/2001) يمكن إبراز تطور الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف للفترة (2011/2001).

السنوات	05 نجوم	04 نجوم	03 نجوم	نجمتان	نجمة واحدة	بدون نجمة	المجموع
2001	4506	3187	19272	4882	2563	32113	66523
2002	4832	3592	14659	5454	2084	41946	72567
2003	4959	3757	14740	5424	5212	44381	78473
2004	4590	3383	14857	5415	2315	51474	82034
2005	4590	3383	14807	5800	2315	53000	83895
2006	5455	3746	11225	5843	2378	56225	84872
2007	5455	3743	11225	5843	2378	56356	85000
2008	5455	3743	11601	5843	2378	56856	85876
2009	5455	3950	11700	6044	2378	56856	86383
2010	4948	3560	13090	8070	3804	58905	92377
2011	4948	3750	13180	8070	3804	58985	92737

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الديوان الوطنى للإحصائيات، بتاريخ 2016/03/14، عن الموقعين:

-http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tourisme_2005-2009.pdf

-<http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول رقم (01) أن عدد الأسرّة الموزعة على الفنادق المصنفة يمثل نسبة 51.72% من الاجمالي لسنة 2001، في حين انخفضت هذه النسبة إلى 36.39% سنة 2011، على الرغم من زيادة عدد الأسرة الذي بلغ في الإجمال 92737 سرير خلال سنة 2011، بعد أن كان 66523 سريرا سنة 2001. ولعلّ أهم سبب في هذا التناقض هو تخفيض درجات بعض الفنادق للدرجات الدنيا، حيث شهدت الوحدات والمؤسسات غير المصنفة في نفس العام (2011) ارتفاعا كبيرا في عدد الأسرّة الذي بلغ 58985 سريرا بعد أن كان 32113 سريرا في سنة 2001.

وما يمكن ملاحظته أيضا من خلال معطيات الجدول السابق فيما يخص السعة الإيوائية للفنادق المصنفة في الجزائر نجد أن نصيب الفنادق من الصنف خمسة نجوم وأربعة نجوم ضئيلا مقارنة بصفة ثلاثة نجوم، ويعود ذلك إلى مجموعة من العوامل والتي من بينها¹:

◀ تخوف شركات الفندقة العالمية مثل "الهيلتون" و "الشيراتون" من الاستثمار في هذا النوع من الفنادق بشكل

واسع لعدم توافر مناخ الاستثمار الملائم، وقلة مردودية هذا القطاع في الجزائر؛

◀ امتناع الدولة عن الاستثمار في هذا الصنف من الفنادق لضخامة استثمارها وقلة عائدها.

وفي المقابل فإن نصيب الفنادق من صنف نجمتين ونجمة واحدة ضئيل نسبة إلى اجمالي الطاقة المصنفة، حيث

أنه من الطبيعي أن يكون نقيض ذلك، لن هذه الفنادق يتم انجازها من طرف القطاع الخاص، وتكاليفها أقل بكثير من الأولى، واقبال السائحين عليها يكون أكبر من الأصناف الأولى.

ثانيا: تطور عدد الأسرة والفنادق حسب المنتج السياحي للفترة (2011/2001):

إن أهم العناصر التي تساعد على دراسة وتحليل الاستثمار الفندقى هي تطور عدد الفنادق بمختلف درجاتها

وبما تشتمل عليه من أسرّة التي يمكن توفرها للسائح، وفيما يلي جدولا يتضمن توزيع الفنادق وطاقات استيعابها في

الجزائر حسب المنتج السياحي خلال الفترة (2011/2001):

الجدول رقم (02): تطور عدد الأسرّة والفنادق حسب المنتج السياحي للفترة (2011/2001).

2004		2003		2002		2001		السنة
عدد الأسرّة	عدد الفنادق							
48680	/	35126	/	35126	/	33495	/	حضري
21710	/	26034	/	23624	/	23485	/	بحري
4431	/	8105	/	7197	/	7723	/	صحراوي
5742	/	6905	/	6504	/	6536	/	معدني
1411	/	1225	/	1097	/	1246	/	جبلي
82034	1092	77473	1042	73548	935	72485	927	المجموع

¹ العياشي زرار، محمد مداحي، "السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق"، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 433، مارس 2015، ص 48.

2008		2007		2006		2005		السنة
عدد الأسرة	عدد الفنادق							
44700	758	44592	754	44561	749	50311	/	حضري
23500	177	23248	174	23148	173	22000	/	بحري
11639	161	11639	161	11639	161	4431	/	صحراوي
4918	34	4608	34	4608	34	5742	/	معدني
1119	17	913	17	913	17	1411	/	جبلي
85876	1147	85000	1140	84869	1134	83895	1105	المجموع
2011		2010		2009		السنة		
عدد الأسرة	عدد الفنادق							
52445	784	52085	784	44905	801			حضري
31322	284	31322	252	23804	141			بحري
3770	57	3770	57	11649	157			صحراوي
4111	45	4111	45	4906	35			معدني
1089	14	1089	14	1119	17			جبلي
92737	1184	92377	1152	86383	1151			المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات، بتاريخ 2016/03/14، عن الموقعين:

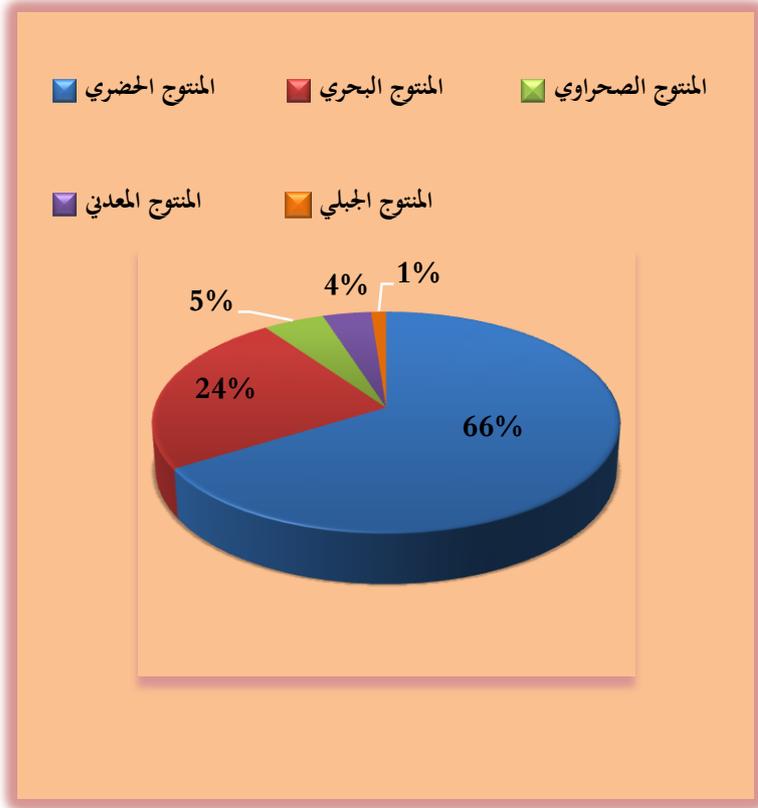
-http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tourisme_2005-2009.pdf

-<http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك زيادة بسيطة في إجمالي عدد الفنادق في الجزائر خلال الفترة المدروسة (2011/2001)، كما نلاحظ أن هذه الزيادات في عدد الفنادق تتصف بالتفاوت والتذبذب من عام لآخر، وهو ما يلاحظ أيضا على الزيادة التي عرفها إجمالي عدد الأسرة، كما يتضح لنا أن المنتج الحضري احتل خلال هذه الفترة أكبر حصة من الفنادق بنسبة 66.21% خلال سنة 2011 وبقدرة استيعابية قدرت بنسبة 56.55% خلال سنة 2011 على اعتبار أن أغلبها يتواجد بالمدن الرئيسية للبلاد مثل الجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة، قسنطينة... إلخ.

ويليه المنتج البحري بنسبة 23.98% من إجمالي عدد الفنادق خلال سنة 2011 أي بقدرة استيعابية تقدر بـ 33.77% ثم المنتج الصحراوي بنسبة 4.81% وبطاقة استيعابية بنسبة 4.06% حيث تبقى هذه النسبة ضعيفة في قطاع السياحة الصحراوية خلال الفترة المدروسة بالرغم من أن هذا النمط يمكن أن يكون نمطا سياحيا داعما لقطاع السياحة ككل، ثم يأتي المنتج المعدني (حموي) بنسبة 3.80% بطاقة إيواء بنسبة 4.43% من إجمالي الأسرة،

الشكل رقم (07): توزيع عدد الفنادق حسب المنتج السياحي للفترة (2011/2001).

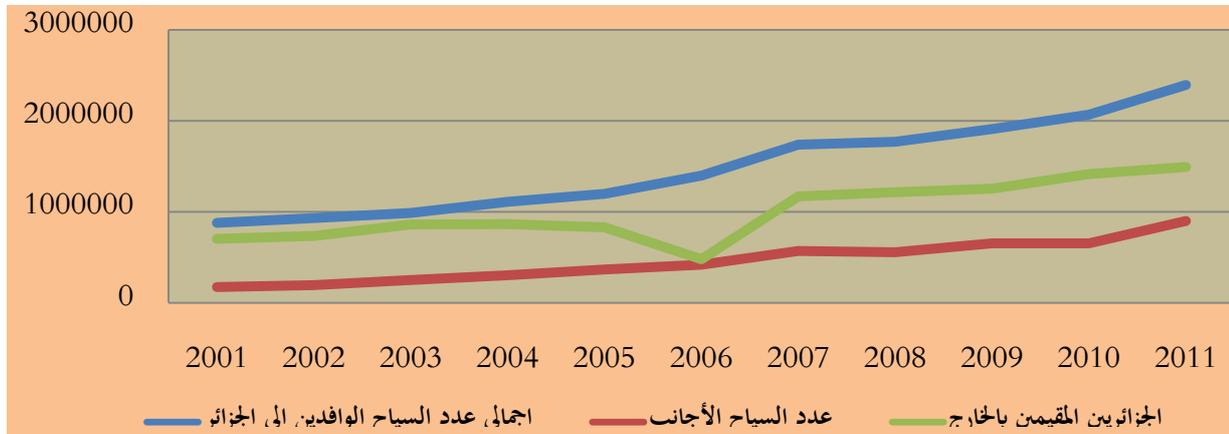


وفي المركز الأخير المنتج الجبلي (مناخي) بنسبة ضعيفة جدا تقدر بـ 1.18% من إجمالي عدد الفنادق لسنة 2011 بطاقة إيواء بنسبة 1.17% من إجمالي عدد الأسرة خلال نفس السنة.

كما نلاحظ من خلال هذه الأرقام ضعف عدد الفنادق وطاقات الإيواء لمختلف المنتجات السياحية التي تتوفر عليها البلاد، حيث لا يحظى المنتج الصحراوي، المعدني والجبلي بالهياكل الكافية لاستقبال وتلبية حاجات طالبي هذه المنتجات ما انعكس سلبا على استغلال المقومات السياحية في هذا المجال لاستقطاب مختلف السياح.

ثالثا: تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2011/2001):

تعمل الجزائر على جلب أكبر عدد ممكن من السياح، فهي بذلك تعمل على تنويع المنتج السياحي والترويج له سعيا بذلك في زيادة عدد السياح، وسنوضح تطور عدد الوافدين إلى الجزائر في الشكل التالي: الشكل رقم (08): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2011/2001).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات، بتاريخ 2016/03/14، عن الموقعين:

-http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tourisme_2005-2009.pdf

-<http://www.ons.dz/IMG/pdf/Tour07-11.pdf>

نلاحظ من الشكل السابق أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2001/2011) أغلبهم جزائريين المقيمين في الخارج مقارنة بعدد السياح الأجانب الذي كان ضعيفا، لكنه استمر في الارتفاع بشكل متذبذب، حيث أن اجمالي عدد السياح الوافدين إلى الجزائر ما بين 2001-2003 لم يتعدى المليون سائح، غير أنه استمر في الارتفاع خلال السنوات من 2004 إلى غاية 2011 ليتجاوز المليونين سائح في سنتي 2010 و 2011 ليصل خلال هذه الأخيرة إلى 2394887 سائح، وقد يرجع سبب هذا الارتفاع الى تحسن الظروف والأوضاع الأمنية الذي يعتبر سببا رئيسيا لتدفق السياح، بالإضافة إلى تحسين وزيادة عدد المنشآت الفندقية ومختلف المرافق والخدمات السياحية (نقل، ترفيه وتسلية، وكالات السياحة .. الخ).

المطلب الرابع: معوقات الاستثمار الفندقى وكيفية تأثيره على السياحة.

رغم البرامج الطموحة التي تسعى الجزائر لتحقيقها في القطاع الفندقى والسياحي بصفة عامة، إلا أن هذا الأخير تشوبه العديد من نقاط الضعف خاصة فيما يتعلق بالعقار الفندقى والإجراءات الإدارية إضافة الى معوقات اقتصادية، يمكن ايجازها فيمايلي:

أولا: معوقات العقار الفندقى والاجراءات الإدارية:

يعتبر العقار الفندقى من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، إضافة الى العراقيل الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي و تتمثل في:

1- صعوبات ومعوقات العقار الفندقى في الجزائر:

يشكل الاستثمار الفندقى أهم عوامل التنمية السياحية إلا أنه يتعرض في الجزائر لمشاكل تحد من مردوديته وفعاليتها، وفي هذا الصدد يعد العقار الفندقى من بين المعوقات الكبرى التي تحد القطاع السياحي في الجزائر وذلك نظرا لتعقيد اجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة، وارتفاع أسعارها من جهة أخرى، وحاليا لايزال العقار الفندقى رهين الكثير من العراقيل والممارسات منها ما هو موضوعي ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة والمضاربة في العقار¹.

وهناك مشاكل أخرى تتعلق بالعقار الفندقى منها²:

◀ هناك أراضي كثيرة داخل مناطق التوسع الفندقى تابعة للخواص لم تجد لحد الآن تسوية وضعيتها مع أصحابها، كما توجد بعض العقارات هيئت من قبل السلطات المحلية أو مؤسسة عمومية وطنية وهي مموله من قبل هذه الجهات ومازالت محل نزاع؛

◀ تحويل بعض الأراضي قبل دمجها ضمن مناطق التوسع الفندقى الى أغراض أخرى مثل منطقة زموري بيومرداس؛

¹ نوال بن لكحل، تغريد الآغا، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² عز الدين محمدي، مراد آيت محمد، "استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر واقع وآفاق"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره، ص 05.

◀ هناك بعض المنشآت الكبرى التابعة للقطاع الفندقى منذ العهد الاشتراكي هي في حالة إهمال شديد وتم عرضها للخصوصية ولم تباع بسبب ضخامة المشروع وحالة التدهور الشديد التي هي عليها الآن بالإضافة الى السعر الكبير وشروط الدفع الصعبة وضعف مردودية المشروع في الوقت الحالى وصعوبة الحصول على القروض الاستثمارية الملائمة لمثل هذه الاستثمارات، كما أن الدولة غير مستعدة لإعادة بعثها بسبب السياسة الاقتصادية الجديدة. ونذكر من بين هذه المركبات مركب حمام ريغة بعين الدفلة والمركب السياحي بتيبارة وغيرها من الفنادق المهملة عبر الوطن.

2- العوائق الإدارية للاستثمار الفندقى:

ومن أهم العراقيل الإدارية للاستثمار الفندقى نجد¹:

أ- كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية:

رغم التسهيلات التي تقدمها الجزائر للمستثمر في المجال الفندقى إلا أن الواقع يكشف أن الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر من خلالها إلى المرور بالكثير من المراحل قبل الوصول إلى انشاء مؤسسته، مع العلم أن المستثمر في كل من تونس والمغرب يمر بمراحل إدارية قليلة، ونجد كذلك المستثمرون يشتكون كثيرا من العراقيل الإدارية وانتشار البيروقراطية الشديدة كالبطء في العمل الإداري وصعوبة فهم الموظف في الدولة لتفاصيل طلب المستثمر، والفساد الإداري.. إلخ، بالإضافة إلى تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغييرات في القوانين، وانتشار الفساد في تطبيق القانون، هذه الممارسات السلبية أثرت سلبا على القطاع السياحي وبالتالي على الاقتصاد الوطني.

ب- تدهور الاستقرار السياسي:

يلعب الاستقرار السياحي دورا مهما ذا أثر فعلي على توافد الاستثمارات الفندقية وخلال فترة التسعينات عاشت الجزائر أزمة سياسية أثرت سلبا على مكانة الجزائر الدولية، مما أدى إلى تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع وذلك من قبل مراكز التقييم الدولية، هذه الوضعية التي مرت بها الجزائر جعلت المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها وزيارتها.

ثانيا: المعوقات الاقتصادية للاستثمار الفندقى:

إضافة إلى المشاكل والعوائق الإدارية التي تجعل من الاستثمار الفندقى أمرا صعبا للغاية، هناك عوامل أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها تقف عائقا أمام هذا النوع من الاستثمارات، حيث نجد صعوبات اقتصادية أهمها²:

¹ عبد القادر عوينان، "السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر -3، الجزائر، 2013/2012، ص ص 221، 222.

² المرجع نفسه، ص-ص 225-228.

1- إشكالية تمويل الاستثمار الفندقى:

صعوبة الحصول على تمويل الاستثمارات السياحية والفندقية راجعا أساسا إلى غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار الفندقى، وهذا العامل هو السبب الرئيسي في نظر المستثمرين، مما أدى إلى نقص الاستثمارات الفندقية، ضف إلى ذلك فالمستثمر ينظر إلى النظام البنكى على أنه يفتقد الفعالية وغير قادر على متطلبات الاستثمار، وعلى هذا الأساس فإن النظام البنكى الجزائري أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب.

2- ضعف الحوافز الموجهة أساسا للاستثمارات الفندقية:

تعتمد الدولة في الكثير من الأحيان على سياسة تقديم الحوافز العامة بدلا من الحوافز الموجهة لتشجيع الاستثمار الفندقى، التي اثبتت أنها أكثر نجاعة من اعتماد سياسة مفتوحة للإعفاءات أو الحوافز التي تشمل كل القطاعات والصناعات، وهذا هو الإشكال المطروح في قانون الاستثمار الجزائري، حيث نجده يقدم حوافز متنوعة بما فيها الحوافز الضريبية إلى جميع القطاعات الاستثمارية دون تحديد قطاعات بعينها، وبالتالي فهي تفتقر إلى التفضيل فيما يخص القطاعات ومنها القطاع السياحي، في حين نجد بعض الدول المجاورة كتونس مثلا يتم فيها توجيه الحوافز الضريبية إلى المشاريع الخاصة بالقطاع السياحي، ما أثر بصفة ايجابية على الاستثمارات السياحية بها. إن تعرض الاستثمار الفندقى للعديد من المعوقات يحول دون تقدم هذا القطاع، ما يؤدي إلى تراجع توافد السياح للجزائر، ما ينجر عنه نقص في مداخل القطاع السياحي عامة والفندقى خاصة، و بالتالي تراجع مساهمته في دعم الاقتصاد الوطنى.

المبحث الثانى: نظرة موجزة عن القطاع السياحي والفندقى بولاية قالمة.

تعتبر ولاية قالمة وجهة لكثير من السواح سواء من داخل الوطن أو خارجه، وتتمثل أكثر جاذبية سياحية للولاية في تضاريسها وطبيعتها إضافة إلى ثروتها المميزة بالمعالم الأثرية، كما أنها تتميز بمحطاتها المعدنية، فهي مقصد للاستجمام والراحة، خاصة وأن ولاية قالمة معروفة وغنية بالمياه والشلالات المعدنية الساخنة والتي تستخدم في علاج كثير من الأمراض خاصة تلك التي لها علاقة بالعظام، بالإضافة إلى ذلك تتوفر الولاية على عدد معتبر من الفنادق لتوفير الخدمات الضرورية للوافدين إليها.

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن ولاية قالمة وموقعها.

تعتبر ولاية قالمة من أقدم المدن التاريخية بمرورها بعدة حضارات نظرا للموقع الاستراتيجى الذي تحتله الولاية. **أولا: نبذة تاريخية عن الولاية:**

من خلال النقوش البونيقية التي تم العثور عليها بقالمة قديما فإن أصل الكلمة هو "ملاك" وقد وجدت هذه النقوش في المقاطع النذرية الجنائزية غير أن غياب هذا اللفظ في النصوص القديمة بدءا من بلينوس إلى بطيموس، فتح الباب لعدة اجتهادات أصحاب تلك الآراء على النحو التالى¹:

¹توفيق بوزناشة، "دليل الجمهورية ولايات وبلديات"، دار الحقائق للنشر والتوزيع، الشارقة، الجزائر، الطبعة الأولى، الجزء الأول، 2006، ص 226.

1- في العهد الفينيقي:

لقد نقش القرطاجيون اسم (مالكا) على الحجارة، وكان أمراء نوميديا يلجئون إليها، ويحفظون ودائعهم ويدل لفظ (ملكا) عند ملوك نوميديا على معنى (الملكية)، واتخذوها من مدغم المفضلة ولذلك لجأ إليها البطل المغوار يوغرطة بجيوشه وتحصن يحصونها الطبيعية ضد جيوش الرومان الغزاة.

2- في العهد الروماني:

عندما حل الرومان بهذه المنطقة وجدوا اسم المدينة مكتوبا ومنقوشا وهو مركب من ثلاثة أحرف (ملكا) باعتبار أن الرومان قرؤوا الاسم مقلوب (كلما) حسب كتابتهم اللاتينية تبدأ من اليسار إلى اليمين فأصبحت تسمى منذ ذلك العهد وتقرأ وتكتب (كلما).

3- في العهد الإسلامي:

خلال العهد الإسلامي حل شيء من القلب والتسمية فأصبحت تسمى (قالمة) وقد أشار إلى هذه التسمية المؤرخ الكبير الإدريسي ويرجع أصل التسمية إلى قبيلة بربرية كانت تقطن المنطقة مثل ما هو الشأن بالنسبة لبحاية وميلة وجميلة، وغيرها من القبائل البربرية التي أصبحت أعلاما تطلق أسماءها على هذه المدن.

ثانيا: موقع الولاية:

تقع ولاية قالمة في أقصى المنطقة الشرقية من الوطن، الهضاب العليا والجنوب وهي عبارة عن حوض شبه جاف مغلق تتوسطه مدينة قالمة التي ترتفع على سطح البحر بـ 27.9م، وتبتعد عنه بـ 60 كلم تحيط بها الجبال، انشئت على إثر التقسيم الإداري لسنة 1974 وتشتمل على 34 بلدية مجمعة بـ 10 دوائر وتمتد على مساحة 3910.51 كلم²، ويقدر عدد سكانها بـ 482261 نسمة سنة 2008¹.
ومن بين الجبال نجد²:

- 1- جبل ماونة: يقع جنوب المنطقة، ويرتفع عن سطح البحر بـ 1411م؛
- 2- جبل دباغ: يقع غرب المنطقة، ويرتفع على سطح البحر بـ 1049م؛
- 3- جبل طاية: يقع غربا، يبلغ ارتفاعه 1208م؛
- 4- جبل هواوة: شمالا، يبلغ ارتفاعه 932م؛
- 5- الفج الأبيض شرقا يبلغ ارتفاعه 1200م؛
- 6- عقبة الفجوج يبلغ ارتفاعها 560م؛
- 7- رأس العقبة يبلغ ارتفاعه 829م.

¹"Wilaya de Guelma" sur site :https://fr.wikipedia.org/wiki/Wilaya_de_Guelma , consulté le:

30/03/2016.

²توفيق بوزناشة، مرجع سبق ذكره، ص 214.

ويخترق الحوض وادي سيبوس والذي يصل بوادي الشارف وكلاهما يبلغ طولها 232 كلم، ينبع من مرتفعات قرب عين البيضاء ويصب في خليج عنابة مخترقا سهل قالمة عبر فتحتي مجاز عمار والناظور نحو بوشقوف ، وتمتد على جانبي الوادي سهول خصبة تتغذى من وادي سيبوس، وبعض الروافد التي تصب فيه كوادي المعيز، ابن سميح، وادي المالح، حمام برادع، التي تزرع فيها الحبوب والخضر بما بساتين خاصة بالحوامض.

كما تتميز منطقة قالمة بمناخ رطب عل العموم، دافئ، ممطر شتاء، وحار وجاف صيفا حيث تتراوح درجة حرارته بين 5 درجات شتاءً و 31 درجة صيفا. وتختلف درجة الحرارة في الفصل الواحد بين المرتفعات والجبال والمنخفضات المحصورة بينها، وتشتد خاصة في فصل الصيف وهذا لانخفاض السهول.

لقد ساعد هذا المناخ علة تنوع مناخ المنطقة فبينما تنتشر أشجار الزيتون والحوامض والفواكه كالتفاح والإجاص في السهول تغطي الجبال المجاورة أحراش وغابات، من أشجارها نجد الفلين، العرعار، الصنوبر، إلى جانب الديس.. إلخ

المطلب الثاني: المقومات السياحية للولاية.

تزرع ولاية قالمة بمعالم وآثار سياحية، دينية، تاريخية، ومناظر طبيعية متعددة ومتنوعة وكذا العديد من المنابع والحمامات المعدنية، فضلا عن موقعها الجغرافي الهام.

أولا: المعالم الأثرية بقالمة:

من بين المعالم الأثرية التي تتمتع بها الولاية نذكر ما يلي¹:

1- المسرح الروماني:

يقع المسرح الروماني ومتحف الآثار القديمة في وسط المدينة على بعد 200 م من ساحة الشهداء. بني المسرح في عهد الإمبراطور سيفير (193-211م) وهو عبارة عن حفرة طبيعية شكلها نصف دائري سويت جوانبها وغطيت بالمرمر والحجارة المنحوتة لجعلها مدرجات ومقاعد، فتشكل ما يعرف بالمدرج، يحيط بالمدرج جدار سميك ومرتفع به أبواب. تولت الانفاق عليه وبنائه سيدة نبيلة كانت راهبة نذور اسمها "آنيا آيليا ستيتوت" وقدرت تكاليفه 400 ألف قطعة برونزية.

2- سور المدينة القديم:

يعود تاريخه إلى العهد الروماني، أعيد ترميمه في العهد البيزنطي وأثناء الاحتلال الفرنسي، يضم داخله سبعة أو ثمانية هكتارات وعلو يتراوح ما بين 6 و 7 أمتار.

3- القلعة البيزنطية:

بناها القائد "سولومون" سنة 39م، من بقايا آثار المدينة العتيقة هذه القلعة التي اجتمع بها الجيش الفرنسي أثناء احتلاله للمدينة سنة 1896، كما أعادوا ترميمها وسموها قلعة قالمة. توجد بقالمة بعض الآثار الأخرى إلى جانب الآثار السابقة، تعرض معظمها للتلف بفعل التوسع العمراني ومنها سور المدينة الذي تعرض للتهديم مرات عديدة في

¹ توفيق بوزناشة، مرجع سبق ذكره، ص - ص 216 - 221.

العهد الوندالي، وعلى عهد الاحتلال الفرنسي، وأخيرا عام 1946 ولم تبق إلا بعض أجزاءه في الجهة الغربية للمدينة، وإلى جانب هذا توجد بعض الآثار من تماثيل ولوحات مكتوبة بالرومانية والبونيقية بمحيطة المدينة (سريدي).
4- الآثار الإسلامية:

انحصرت الآثار الإسلامية بولاية قالمة في قرية صغيرة، نجد من آثارها "برج حمام" الذي كان قلعة عثمانية بني في العهد التركي خارج سور المدينة القديم من الجهة الشرقية، زال أثره بسبب البناءات العصرية.
5- الحمامات البيزنطية:

توجد قرب القلعة بالثكنة القديمة داخل المدينة هذه الحمامات قائمة إلى الآن شاهدة على عظمة المدينة.
6- آثار أخرى:

ومن بين الآثار التي تتميز بها مدينة قالمة نذكر ما يلي:

- ◀ بقايا عيون عمومية: هذه البقايا توجد داخل المدينة وخارجها تعرضت للتخريب نتيجة التوسع العمراني للمدينة وتحديث طرقها وقد شمل التخريب قنوات جلب مياه الشرب من خارج المدينة سواء التي كانت تأتي من "رأس واد السخون" أو من الجهة الشرقية؛
- ◀ بقايا المعابد والقاعات المبلطة بالفسيفساء؛
- ◀ آثار لالة ماونة الرومانية بجبل ماونة جنوب المدينة وبها آثار كنسية وقوس النصر وساحة عمومية ومسبح؛
- ◀ مدينة أثرية أخرى بحمام الحشاني يبدو أن الزلزال قد هدمها ودفن آثارها التي مازالت أطرافها العليا بادية للعيان، كما هدم الاستعمار بعض الحمامات التي سلمت من التلف، والقباب والبيوت خلال ثورة التحرير بفعل القصف المدفعي العشوائي؛
- ◀ آثار الركنية: توجد بالركنية آثار مقبرة حانونية محفورة في الصخر ومقبرة مصطبية بها حوالي 3000 دولمن، منتشرة على مساحة 2500م مربع وتوجد بها آثار رومانية وأدوات تعود لعصر ما قبل التاريخ؛
- ◀ آثار طاية: في جبل طاية مغارة تدعى "مغارة الجماعة" قانت باكتشافها بعثة فرنسية بقيادة "جورج بورقيانط" في 23 ماي 1867 وطولها 1200م بها آثار كتابة يرجع تاريخها إلى القرن 3م، عمقها 200م ودرجة انحدارها 45م وبها ممرات وأروقة، كما اكتشفت بها عظام يرجع تاريخها إلى 8000 و 500 سنة قبل الميلاد، كما يذكر "جورج بورقيانط" أنه اكتشف بها بعد 19 جويلية 1867 عدد من الآثار والعظام وغيرها بلغت 1800 وحدة نقلت كلها إلى باريس العاصمة.

ثانيا: المنابع والحمامات المعدنية:

تعتبر ولاية قالمة من بين الولايات الجزائرية التي تعتبر غنية بطبيعتها الساحرة التي كان لها الفضل في منحها مناظر خلابة ووهبتها العديد من المنابع المعدنية بمخاصيات علاجية مؤكدة.

إن معظم بلديات الولاية تمتاز باحتوائها على العديد من المنابع الحموية والتي تتواجد بفضاءات ومناظر طبيعية خلابة، حيث يقدر عدد المنابع على مستوى الولاية بحوالي 15 منبعاً منها المستغلة وأخرى غير مستغلة، تقع في البلديات الآتية¹:

1- بلدية حمام دباغ:

تتواجد على بعد 20 كلم عن عاصمة الولاية وأهم المنابع الحموية التي تتوفر عليها البلدية هي: "عين شداخة"، عين بن ناجي، عين الشفاء، حيث تتراوح نسبة تدفقها ما بين 06 إلى 12 لتر في الثانية هذه المنابع مستغلة على التالي من قبل: مركب الشلالة المعدني، الحمام المعدني بن ناجي... الخ. ومن مؤشرات العلاجات: داء المفاصل وأثار الجروح، داء الأعصاب، الاضطراب الغددي، داء التنفس، أمراض النساء، أمراض الأذن، الأنف، الحنجرة، أمراض جلدية... الخ.

2- بلدية هيلوبوليس (حمام أولاد علي):

توجد منطقة حمام أولاد علي على بعد 15 كلم غرب مقر الولاية، تتوفر على 04 منابع حموية نسبة تدفقها تتراوح من 08 إلى 25 ل/ثا، درجة حرارتها 57 درجة. هذه المنابع مستغلة من قبل: مركب البركة المعدني، مركب بوشهرين المعدني، حمام البلدية المعدني (مستغل من طرف البلدية)، ومن أهم مكوناتها المعدنية بيكربونات، سلفات، كالسيوم، مغنيزيوم، صوديوم، بوتاسيوم. ومن أهم مؤشرات العلاجات: أمراض المفاصل، الأعصاب، التنفس والأمراض الرئوية.

3- بلدية عين العربي:

تقع على بعد 35 كلم من عاصمة الولاية، تتوفر على منبعين معدنيين: منبع قرفة ومنبع بلحشاني نسبة تدفق المياه بهما 11 ل/ثا بدرجة حرارة تقدر بين 35 و54 درجة.

4- بلدية حمام نبائل:

تقع على بعد 35 كلم عن عاصمة الولاية تتوفر على منبعين اثنين منبع حمام النبائل ومنبع المنية، بنسبة تدفق المياه الحارة ما بين 06 إلى 25 ل/ثا بدرجة حرارة 40 درجة وهي مستغلة بطريقة تقليدية. ومن أهم المكونات المعدنية للمياه: كلور الصوديوم، بيكربونات، المغنيزيوم... الخ. التي تساعد على علاج أمراض الروماتيزم، الأعصاب، الولادة، الأمراض الجلدية... الخ.

5- بلدية بوحشانة:

تتواجد على بعد حوالي 30 كلم من عاصمة الولاية وتتوفر على المنابع الحموية الآتية: منبع عساسلة، منبع رومية، منبع بن طاهر، منبع النحلة، بنسبة تدفق تتراوح ما بين 0 إلى 20 ل/ثا ودرجة حرارة 34 درجة، وكل هذه المنابع غير مستغلة نظراً لوجودها في منطقة جبلية ذات مسالك ترابية صعبة.

¹ توفيق بوزناشة، مرجع سبق ذكره، ص 224.

ثالثا: الصناعة التقليدية:

تعد الصناعة التقليدية حصيلة لحرف شعبية عديدة كالنسيج والحياكة والطرز التقليدي وصناعة الحلبي وهي أنواع وأشكال بحسب المعطيات الحضارية للمجتمع.

ومن هنا كانت الصناعات التقليدية دلالة على العصر وعلى أحواله الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وخير دليل على ما سبق ذكره عن ولاية وعلى ثرواتها التقليدية التي تزخر بها¹:

1- صناعة الزراي:

تمتاز الزريبة القالمية بأنها تغيير عن أصالة الحضارات التاريخية التي مرت بها المنطقة وخاصة الرومانية التي تركت بصماتها في هذا النوع من النشاطات التقليدية وهي من النسيج العالي ونجد منها "زريبة اللوأي" المستمدة من الفسيفساء الرومانية التي نجدها في المسرح الروماني بالولاية إلى جانب هذا النوع هناك: زريبة القامرة، زريبة "la tulipe"، زريبة "que croche mosa".

2- الطرز التقليدي:

فيما يخص الطرز التقليدي على القماش فهو متعدد الأنواع، وهذا يمارس في مع معظم البيوت القالمية وخاصة في الأرياف ومن أمثلتها " النابل Nabeul".

3- صناعة الفخار:

صناعة الحلبي في ولاية قالمة يعتبر تفاعل مع ثقافات جمالية ورغبات اجتماعية مظهرية تتجاوز حدود البيئة وبالتالي فهي تبرز تأثر سكانها بحضارات عديدة، إلا أن صناعة بعض المصوغات تبقى مرتبطة بحضارة هذا المجتمع منها: صناعة السخاب، صناعة، صناعة الأحزمة الذهبية، الخللخال، صناعة الأساور الذهبية.

رابعا: وكالات السياحة والأسفار والهياكل القاعدية:

تتمركز في ولاية قالمة 17 وكالة للسياحة والأسفار* مهمتها تنظيم الأسفار داخل وخارج الوطن، إلا أن السفريات نحو الخارج تنحصر في رحلات إلى البقاع المقدسة.

كما تتوفر الولاية على شبكة طرقات هامة ومتنوعة يبلغ طولها 2979.5 كلم تتوزع كالتالي²:

- الطرق الوطنية: 296200 كلم؛
- الطرق الولائية: 406020 كلم؛
- الطرق البلدية: 1309 كلم.

¹ توفيق بوزناشة، مرجع سبق ذكره، ص 238.

*أنظر الملحق رقم (01): وكالات السياحة والأسفار لولاية قالمة.

² عن الموقع: <http://www.startimes.com/?t=32460700>، يوم 2016/03/21.

خامسا: المنشآت الفندقية بولاية قالمة:

تتوفر ولاية قالمة على هياكل فندقية هامة*، بحيث توفر خدمة الإيواء لزائري الولاية بالإضافة إلى مختلف الخدمات الأخرى، إلا أن الخدمات المقدمة للسائح لا يمكن اعتبارها مرضية في جميع الحالات. وسيتم تناول تطور الاستثمارات الفندقية بالولاية ودورها في دعم القطاع السياحي بالمنطقة بنوع من التفصيل في العناوين القادمة.

المطلب الثالث: أنواع السياحة في قالمة.

المقومات السابقة، سمحت بتنوع السياحة بولاية قالمة، نوجزها فيما يلي¹:

أولا: السياحة الحموية:

تحتل الحمامات المعدنية في قالمة مكانة هامة لأهميتها الاستجمامية والاستشفائية وما توفره من راحة للزوار وخاصة كبار السن. حيث يشهد حمام الدباغ المعروف بحمام مسخوطين استقطاب العائلات والسياح من مختلف مناطق القطر الجزائري وخارجه يتوافدون إليه للتداوي من عدة أمراض، منها الروماتيزم وضغط الدم وأمراض الجلد والحساسية بالاستحمام بمياهه الحارة التي تبلغ 90 درجة. بالإضافة لمركب حمام دباغ نجد حمام أولاد علي، الذي يتوفر على أربعة ينابيع حموية تجعله قبلة للسائح من مختلف الولايات قصد العلاج من جهة والراحة والاستجمام من جهة أخرى.

ثانيا: السياحة المناخية:

إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، والغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلا بتطوير هذا النوع من السياحة في ولاية قالمة نذكر منها: محمية "بني صالح"، سد "بوهمدان"، وجبل "ماونة"، حيث تقع المدينة على سفح هذا الجبل الذي يتميز بمناظره الخلابة التي تكاد تنطق بجمالها الساحرة، كما أنه يعتبر أكبر مناطق الاستجمام للسائح، إذ يمكنهم التمتع بنسيم هوائه خاصة في فصل الصيف كما أنه يتميز بغاباته الكثيفة وحيواناته المتنوعة.

ثالثا: السياحة الثقافية:

يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني على غرار المعالم التاريخية والدينية، أو تراث روحي على غرار التقاليد والعادات الوطنية والمحلية. ويعتبر المسرح الروماني لمدينة قالمة الذي مازال قائما حتى اليوم شاهدا على ماضٍ حافل بالأعمال العظيمة، فهذا المسرح يعد بحق تحفة فنية في الهندسة المعمارية، وتكمن أهميته خاصة في محافظته على كيانه حتى اليوم بالصورة التي كان عليها منذ آلاف السنين رغم أشغال الترميم التي طالته أكثر من مرة.

*أنظر الملحق رقم (2): هياكل الايواء والاستقبال لولاية قالمة إلى غاية سنة 2016.

¹ موسى بخاششة، رامي حريد، "القطاع الخاص كأداة لتنمية القطاع السياحي بولاية قالمة"، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 12.

المطلب الرابع: تطور الاستثمار الفندقى في ولاية قالمة.

حتى يتم تنظيم القطاع السياحي لابد من توفر وتواجد هيئات ومؤسسات تسهر على الشؤون السياحية للبلاد، والتي من بينها مديريات السياحة التي تلعب دور مهم على المستوى المحلي حيث تتوزع على كل الولايات، فهي الممثل الأساسي للوزارة على المستوى المحلي، وهي المسؤولة على مراقبة النوعية، التهيئة الخاصة بالسياحة ومنح رخص الاستثمار، ومحاولة مراقبة ومتابعة المشاريع، وتطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القانون، وتقوم أيضا بالإشراف على النشاطات السياحية والسهر على وضعها حيز التنفيذ، تنظيم معارض خاصة للإمكانيات السياحية للولاية، وفي دراستنا للاستثمار الفندقى بولاية قالمة استعنا بالوثائق المقدمة من طرف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

عرف الاستثمار الفندقى في ولاية قالمة تطورا ملحوظا في الآونة الأخيرة وهو ما سنتطرق إليه فيمايلي:

أولا: الاستثمارات الفندقية المنجزة بالولاية:

يلعب الاستثمار الفندقى دورا بارزا وفعالا في دعم القطاع السياحي على مستوى ولاية قالمة، وذلك من خلال مساهمتها في رفع العوائد المالية، حيث تساهم في رفع عوائد الإيواء والاطعام للفنادق، وفيمايلي عرض لتطور عدد الفنادق بولاية قالمة*:

الجدول رقم (03): تطور عدد الفنادق بولاية قالمة للفترة (2005-2016/02/29).

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الفنادق المعتمدة	11	11	11	11	11	11	11	11	11	12	13	14
الفنادق المصنفة	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	11	11

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية.

نلاحظ من بيانات الجدول أن ولاية قالمة تتوفر على 14 مؤسسة فندقية معتمدة من بينها 11 مؤسسة مصنفة، تزاوّل نشاطها مدعمة بذلك القطاع السياحي من خلال استقبال مختلف الوافدين من السياح أجانب أم محليين.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الفنادق المعتمدة والمصنفة قد انتقل من 11 فندق معتمد بينها 2 مصنفة سنة 2005 إلى 14 فندق معتمد من بينها 11 مصنفة في نهاية شهر فيفري لسنة 2016.

*أنظر الملحق رقم (3): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2000 إلى غاية 2015.

ثانيا: الاستثمارات الفندقية طور الانجاز بالولاية:

يظهر الجدول الموالي عدد المشاريع الفندقية التي هي في طور الإنجاز بالولاية:

الجدول رقم (04): الاستثمارات الفندقية طور الإنجاز بالولاية.

طبيعة المشاريع	موقع المشروع	المساحة م ²	عدد الأسرة	مناصب الشغل	القيمة المالية 10 ⁶ دج	الوضعية
مركب سياحي	حمام دباغ	2417,46	146	50	539,35	المشروع طور الانجاز بنسبة 66%
نزل	بلدية مجاز الصفا، دائرة بوشقوف	3000	28	12	24,1	المشروع في طور الانجاز بنسبة 65%
فندق+مركز حموي 3 نجوم	بلدية عين العربي	26000	200	75	137,570	المشروع في طور الانجاز بنسبة 30%
فندق 3 نجوم	قالمة	5000	168	75	748,645	نسبة الانجاز 55%
محطة حموية	حمام دباغ	4000	86	42	70,00	نسبة الانجاز 15% مع مشكل التمويل
مركز تجاري ومؤسسة فندقية 3 نجوم	بلدية واد الزناتي	17475	208	100	661,00	المشروع في مرحلة تهيئة ورشة الانجاز 1% في انتظار مؤسسة الانجاز
قرية سياحية 4 نجوم	حمام دباغ	52507	376	260	150300	المشروع في طور الانجاز بنسبة 10%
فندق نجمة واحدة	حمام دباغ	1870,76	90	40	70,00	نسبة الانجاز 10%
فندق 3 نجوم	بلدية قالمة	1920	224	45	24,44	المشروع في مرحلة تهيئة الأرضية 1%
فندق نجمتين	حمام أولاد علي بلدية هيلوبوليس	464,13	45	28	38,88	المشروع في مرحلة تجهيز الأرضية.
نزل نجمتين	بلدية بوهمدان	6000	94	22	211,84	المشروع في مرحلة تهيئة ورشة الانجاز 1%
المجموع	/	/	1665	749	4029,31	/

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

يبين الجدول السابق أن هناك 11 مشروع فندقى في طور الانجاز* تتوزع على مختلف بلديات الولاية، حيث أن بلدية حمام دباغ تحتل المرتبة الأولى من حيث عدد المشاريع (4 مشاريع) كونها منطقة جذب سياحي بامتياز في الولاية، ومن المؤكد أن انجاز هذه المشاريع الفندقية سيؤدي لتطوير وترقية القطاع السياحي بالمنطقة.

*أنظر الملحق رقم (04): مشاريع الاستثمار الفندقى طور الانجاز

إن إجمالي هذه المشاريع سيوفر 1665 سرير جديد، الذي من شأنه أن يساعده في زيادة القدرة الاستيعابية للولاية، وبالتالي فك الخناق على هذه المناطق، وجذب المزيد من السياح. بالإضافة إلى خلق 749 منصب شغل لسكان هذه المناطق الذين يعانون من شبح البطالة، كما يتضح أيضا من الجدول تفاوت نسبة إنجاز المشاريع، وفي هذا لا بد من زيادة التحسيس بأهمية الاسراع في إنجاز المشاريع المتأخرة لما لها من انعكاسات إيجابية على زيادة توافد السياح إلى مناطق إنجاز هذه المشاريع.

ثالثا: الاستثمارات الفندقية التي لم تنجز بعد:

بالإضافة إلى الاستثمارات الفندقية قيد الإنجاز، هناك العديد من المشاريع الفندقية المقرر إنجازها والتي تمت الموافقة عليها من قبل الهيئات ذات الصلاحيات إلا أنها لم تنطلق بعد في مرحلة الإنجاز نوردتها في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): الاستثمارات الفندقية التي لم تنجز بعد بولاية قالمة.

ملاحظة	القيمة المالية 10 ⁶ دج	عدد المناصب	عدد الأسرة	المساحة م ²	موقع المشروع	طبيعة المشروع
في انتظار الحصول على التمويل البنكي.	4000	28	49	4000	بلدية قلعة بوصبع	نزل 2 نجوم
المستثمر بصدد تغيير المخططات لكي تتماشى مع طبيعة الأرضية.	359.90	75	123	10825	حمام دباغ	مركب سياحي 4 نجوم
في انتظار تحويل الخط الكهربائي متوسط الضغط مع العلم أن المستثمر قام بتسديد مصاريف التحويل لمصلحة سونلغاز + تغيير المخططات لتتماشى مع طبيعة الأرضية.	300.00	44	154	3600	حمام دباغ	فندق 3 نجوم
في انتظار الحصول على رخصة البناء حيث تحصل الملف على الرأي الإيجابي للجنة بتاريخ 2015/12/17. في انتظار تحضير قرار رخصة البناء للإمضاء من طرف السيدة الوالية.	57.50	40	90	2940	قلعة بوصبع	نزل 2 نجوم
في انتظار الحصول على التمويل البنكي.	209.48	220	172	1000	حمام أولاد علي	توسعة مركب بوشهرين لفندق 5 نجوم
المستثمر في صدد اعداد دراسة الأرضية وكذلك التفاوض مع CTC لمتابعة المشروع. وهو بصدد تحضير ملف القرض البنكي.	82.77	35	66	1711.86	حمام دباغ	فندق نجمة واحدة
بصدد تهيئة ورشة الإنجاز.	436.87	40	72	2998.00	بلدية عين بن بيضاء	فندق 2 نجوم
في انتظار الحصول على رخصة البناء، حيث توجد تحفظات مع كل من الحماية المدنية، الطاقة. م، ت، ه، م، ب يجب رفعها.	189.044	24	34	1113.00	بوشقوف	فندق ذو نجمة واحدة
في انتظار الحصول على رخصة البناء التعديلية.	61.600	30	20	622	بلدية	تحويل بناية

إلى فندق 2نجوم	بلخير					
نزل طريق ومحطة متعددة الخدمات	حمام النبائل	6000	48	15	145	في انتظار الحصول على رخصة البناء، قررت اللجنة أن يجمد إلى غاية الفصل فيه على مستوى اللجنة الولائية من طرف مديرية المصالح الفلاحي
عصرنة وإعادة تهيئة فندق مرمورة	قالمة	11840	146	75	1290.89	في انتظار الحصول على رخصة البناء التعديلية.
فندق 2نجوم وحمام	حمام دباغ	2028.81	99	90	204.403	بصدد تحضير ملف طلب رخصة البناء.
المجموع			1073	716	3377.46	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

الجدول السابق يمكننا من الوقوف على زيادة الطلب على الاستثمار الفندقى، حيث تعددت طلبات المستثمرين على المشاريع، إذ بلغ عدد الطلبات 12 طلب استثمار في المجال الفندقى لم ينطلق بعد*، تتوزع على مختلف بلديات الولاية، ويرجع التأخر في انطلاقها لأسباب متعددة، كما هو موضح في الجدول. في حال تم إنجاز هذه المشاريع فإن السياحة في الولاية ستدعم بـ 1073 سسر جديد بمختلف التصنيفات، مما يتلاءم مع حاجات مختلف الفئات الاجتماعية من السياح، كما من شأن هذه المشاريع أن توفر 716 منصب عمل لسكان هذه المناطق.

تتوفر ولاية قالمة على منطقة التوسع السياحي، والتي تشغل العديد من المشاريع التي من شأنها أن ترفع من قدرات الإيواء والخدمات الفندقية والسياحية للسياح، بالإضافة إلى مشاريع فندقية منها ما هو في طور الإنجاز وأخرى لم يتم انطلاق الأشغال بها بعد.

*أنظر الملحق رقم (05): مشاريع الاستثمار الفندقى التي لم تنطلق بعد.

المبحث الثالث: واقع الاستثمار الفندقى في ولاية قالمة ودوره في تنمية السياحة .

تمثل الطاقة الفندقية في قدرة الاستيعاب للمؤسسات الفندقية عبر كامل الولاية، إذ تمثل الطاقة الفندقية إحدى المؤشرات المهمة في قياس مدى تطور وتقدم القطاع السياحي في كل مكان.

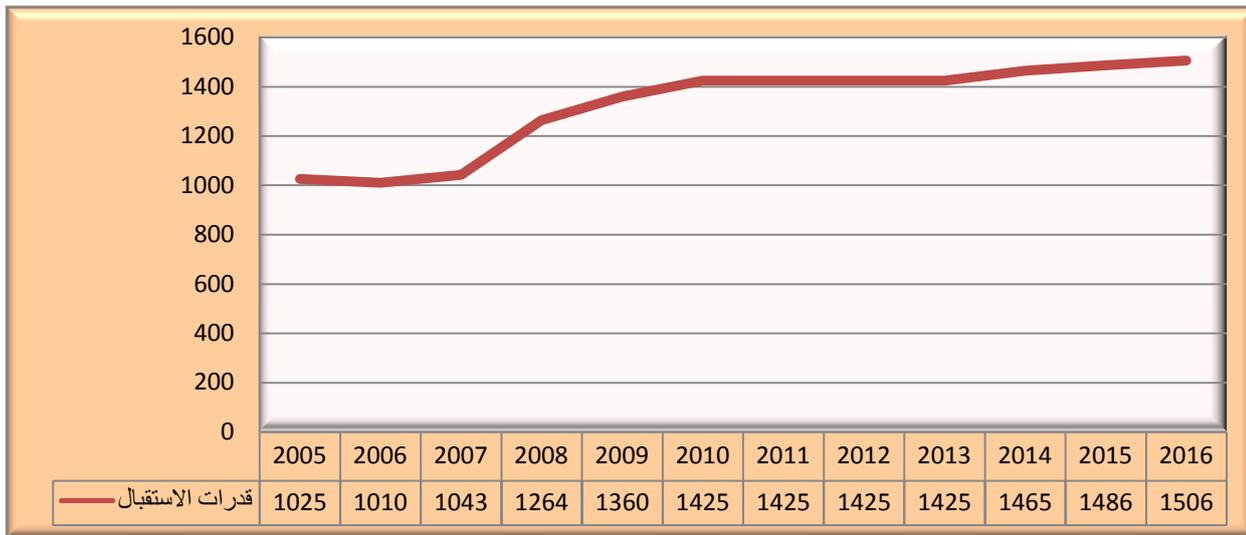
المطلب الأول: دور الفنادق في دعم القطاع السياحي في ولاية قالمة.

تمثل الطاقة الفندقية الركيزة الأساسية للقطاع السياحي، وستتطرق فيما يلي إلى واقعها في ولاية قالمة وكيفية دعمها له:

أولاً: القدرات الاستيعابية لولاية قالمة:

بعد التطرق إلى التطور الحاصل في عدد الفنادق بولاية قالمة، يمكن توضيح التطور الذي طرأ على قدرات الاستقبال الإجمالية التي تدعم بها القطاع السياحي في الولاية في الشكل التالي:

الشكل رقم (09): تطور قدرات الاستقبال الإجمالية لولاية قالمة (2005-2016/02/29).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن قدرات الاستقبال الإجمالية بالولاية وصلت إلى 1506 سرير مطلع 2016* بعد أن كانت 1025 سرير سنة 2005**، حيث يتضح أن الفترة ما بين 2005-2009 عرفت زيادة كبيرة نوعاً ما حيث انتقل عدد الأسرة من 1025 سنة 2005 إلى 1360 سرير سنة 2009، بينما اتصفت بالثبات من 2010 إلى غاية 2013 بقدرة استيعاب إجمالية قدرت بـ 1425 سرير، لتبدأ في الارتفاع مرة أخرى ابتداءً من 2014 إلى مطلع سنة 2016 لتصل إلى قدرة استيعاب إجمالية قدرت بـ 1506 سرير.

*أنظر الملحق رقم (02): هياكل الايواء والاستقبال لولاية قالمة إلى غاية سنة 2016.

**أنظر الملحق رقم (03): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2000 إلى غاية 2015.

ثانيا: تطور عدد الوافدين الجزائريين والأجانب في ولاية قلمة:

تحتل ولاية قلمة بمقومات سياحية تجعلها قبلة لجميع السياح من مختلف المناطق والبلدان، ويمكن توضيح تطور عدد السياح الوافدين للولاية خلال الفترة ما بين 2005-2016/02/29 في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): تطور عدد الوافدين الجزائريين والأجانب في ولاية قلمة للفترة (2005-2016/02/29).

الوافدين الأجانب	الوافدين الجزائريين	السنة
856	49360	2005
752	60723	2006
495	76097	2007
675	66951	2008
932	81030	2009
1030	93006	2010
1389	94682	2011
1505	106651	2012
1472	95034	2013
2018	97209	2014
2459	88419	2015
220	12896	2016

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قلمة.

نلاحظ من الجدول السابق أن عدد الوافدين الجزائريين والأجانب للمؤسسات الفندقية لولاية قلمة عرف تزايدا حيث انتقل من 49360 وافد جزائري و 856 وافد أجنبي سنة 2005 إلى 88419 وافد جزائري و 2459 وافد أجنبي سنة 2015*.

فيما يتعلق بعدد الوافدين الجزائريين إلى الولاية فقد عرف ارتفاعا محسوسا ليبلغ سنة 2012 إلى 106651 سائح كأقصى حد له، ليبدأ في الانخفاض بعد ذلك حيث بلغ 88419 سائح سنة 2015، ليعرف مطلع سنة 2016** توافد ما يزيد عن 1200 سائح لفترة لا تتعدى الشهرين. أما بالنسبة لعدد الوافدين الأجانب فعرف خلال الفترة ما بين 2005-2009 تذبذبا، ليستمر في الارتفاع بعد ذلك إلى غاية 2015 ليبلغ 2459 سائح.

وفي ظل الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الولاية فهذا التوافد يظل ضعيفا وذلك يرجع لعدم الاستغلال السليم لهذه الإمكانيات، وضعف الجانب التسويقي خاصة على مستوى الوكالات السياحية بالولاية.

*أنظر الملحق رقم (03): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2000 إلى غاية 2015.

**أنظر الملحق رقم (06): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة للفترة (2016/01/01 - 2016/02/29).

المطلب الثاني: عوائد الاستثمار الفندقى على القطاع السياحى بالولاية.

يساهم الاستثمار الفندقى فى تجسيد التنمية السياحية على مستوى ولاية قلمة وذلك من خلال مساهمته فى رفع مداخيل الإيواء، والإطعام للفنادق، إضافة لتوفير مناصب عمل وهو ما يمكن توضيحه فيما يلى:

أولاً: تطور مداخيل الإيواء والإطعام:

يمكن إبراز تطور مداخيل الإيواء والإطعام فى مجال الاستثمار الفندقى بولاية قلمة فى الجدول التالى:

الجدول رقم (07): تطور مداخيل الإيواء والإطعام للفترة (2006-2013).

السنة	الإيواء	الإطعام
2006	140.111.183,30	442.667.121,00
2007	165.518.622,70	152.325.483,50
2008	196.107.251,50	173.431.703,80
2009	216.500.284,21	176.026.084,29
2010	254.990.593,95	181.363.433,70
2011	245.328.736,00	119.459.997,93
2012	177.151.175,00	80.001.549,31
2013	224.570.034,34	97.457.191,58

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قلمة.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن عوائد الإيواء خلال الفترة 2006-2013 شهدت ارتفاعاً ملحوظاً*، حيث سجل فى سنة 2006 ما يقدر بـ 140 مليون دج لتستمر فى الارتفاع إلى غاية 2010، لتبدأ فى التراجع بعد ذلك.

أما فيما يخص عوائد الإطعام خلال نفس الفترة عرفت تذبذباً بين الارتفاع والانخفاض، حيث فى سنة 2006 تجاوزت عتبة 442 مليون دج، لتعرف انخفاض كبير سنة 2007 لتصل إلى 152 مليون دج، لتعاود الارتفاع ما بين 2008-2010 ثم لتستمر فى الانخفاض بعد ذلك.

*أنظر الملحق رقم (03): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2005 إلى غاية 2015.

ثانيا: توفير مناصب الشغل:

يمكن توضيح الدور الوظيفي للفنادق على مستوى ولاية قالمة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (08): تطور مناصب الشغل التي تتوفر عليها الهياكل الفندقية خلال الفترة (2006-2016/02/29).

المجموع	عدد المستخدمين		السنة
	مؤقتين	دائمين	
368	107	261	2006
415	124	291	2007
413	142	271	2008
425	158	267	2009
438	163	275	2010
449	168	281	2011
449	168	281	2012
508	160	348	2013
503	155	348	2014
507	155	352	2015
489	75	414	2016

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الهياكل الفندقية على مستوى ولاية قالمة تؤدي دورا حيويا في

توفير مناصب عمل، سواء تعلق الأمر بمناصب العمل الدائمة أو المؤقتة، حيث وفرت سنة 2006 حوالي 368 منصب عمل إجمالا، ليتطور سنة 2015 ويصل إلى حوالي 507 منصب شغل*، أما بالنسبة لسنة 2016 بلغ 489 منصب عمل خلال شهري جانفي وفيفري**، منها 414 منصب دائم و75 منصب مؤقت، حيث نلاحظ أن التطور الحاصل مس بدرجة كبيرة مناصب العمل الدائمة التي كانت سنة 2015 لا تتعدى 352 منصب ليرتفع العدد إلى 414 منصب شغل دائم خلال أول شهرين من سنة 2016. غير أن عدد المناصب المؤقتة عرف تراجعا كبيرا بحيث انخفض العدد من 155 منصب عمل مؤقت سنة 2015 إلى 75 منصب عمل مؤقت مطلع سنة 2016، ويمكن أن يرجع سبب هذا الانخفاض في عدد مناصب العمل المؤقتة إلى انتهاء بعض عقود العمل المؤقتة كتلك المتعلقة بانتهاء الأشغال بالورشات أو الصيانة.. إلخ.

*أنظر الملحق رقم (03): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة من سنة 2005 إلى غاية 2015.

**أنظر الملحق رقم (06): تقرير حول متعاملي قطاع السياحة للفترة (2016/01/01 – 2016/02/29).

قد يرجع سبب التطور الحاصل في عدد مناصب العمل بين سنتي 2015-2016 إلى توسع الاستثمار في الهياكل الفندقية في الولاية وتسليم بعض المشاريع المنجزة التي يحتاج تشغيلها إلى الأيدي العاملة المتنوعة من كوادر، مسيرين، موظفين، عمال مؤقتين... إلخ.

وبالتالي يساهم هذا التطور الكبير في عدد المناصب خلال هذه الفترة الوجيزة في تقليص البطالة بالمنطقة من جهة، بالإضافة إلى توفير وتحسين جودة الخدمات المقدمة للوافدين من جهة أخرى والذي بدوره يؤدي إلى جذب عدد أكبر من السياح.

وعليه يمكن القول أن الاستثمار الفندقى يلعب دورا بارزا وأساسيا في دعم التشغيل على مستوى الولاية، لما يوفره من مناصب عمل على مستوى المؤسسات الفندقية المكرسة بدرجة أولى لخدمة السائح وتوفير كل احتياجاته. **المطلب الثالث: عوائق الاستثمار الفندقى في ولاية قالمة.**

رغم الإمكانيات السياحية والفندقية التي تتمتع بها ولاية قالمة والتي يمكن أن تكون مقصدا سياحيا للجزائر ما بعد المحرقات إلا أن القطاع السياحي والفندقى يبقى بعيدا كل البعد عن قيمة وأهمية تلك الإمكانيات التي تتوفر عليها وذلك نتيجة لمجموعة من المعوقات أهمها ما يلي:

أولاً: ضعف نوعية المنتج السياحي والفندقى: بالرغم من توفر الولاية على مؤهلات سياحية وفندقية معتبرة، إلا أن نوعية الخدمات المقدمة على مستوى المؤسسات الفندقية (كهياكل وخدمات الاستقبال) تظل غير تنافسية، كما تتميز بضعف طاقتها وعدم احترامها للمعايير المعمول بها دوليا، إضافة إلى الإهمال الذي تشهده المواقع السياحية بالولاية (كالمسبح الروماني ببلدية هيليوبوليس) الذي يؤثر على قيمة وأهمية هذه المواقع مما ينقص من شأنها؛

ثانياً: مشكل العقار الفندقى والسياحي: يعد المشكل الأساسى والرئيسى الذي يواجهه المستثمرين في هذا القطاع، لصعوبة الحصول على التراخيص والامتيازات من أجل البناء، إضافة إلى طول مدة دراسة ملفات طلبات الاستثمار، كما يعود مشكل الحصول على العقار الفندقى إلى عدم تهيئة وتحضيره على مستوى مناطق التوسع السياحي بالولاية، كونها منطقة فلاحية بامتياز فمعظم أراضيها غابية وصالحة للزراعة وبالتالي صعوبة إيجاد أراضي صالحة لهذا النوع من الاستثمارات. خاصة في المناطق التي تحوي على المقومات السياحية كبلمة حمام دباغ وهيليوبوليس... إلخ؛

ثالثاً: المعوقات المالية والإدارية: يواجه المستثمرين والراغبين في الاستثمار في القطاع الفندقى محلين أو أجانب الكثير من الصعوبات في الحصول على الموارد المالية الضرورية، ويتعلق الأمر بالقرض الفندقى الذي يتمشى مع خصوصيات هذا النوع من الاستثمار، حيث أن المشاريع الفندقية تتطلب مبالغ ضخمة والتي تعد أحد المشاكل تحول ووصول الاستثمارات إلى مناطق التوسع السياحي¹.

كما يتعلق الأمر بعدم وجود تحفيزات مالية وتسهيلات بنكية في التمويل نتيجة البيروقراطية اللامتناهية مما يؤدي إلى عزوف المستثمرين عن هذه الاستثمارات وتوقف تلك التي في قيد الانجاز؛

¹ مقابلة أجريت مع شريفة بن طراز مهندسة معمارية لدى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، بتاريخ 2016/04/03.

رابعاً: النقص فى تدريب وتكوين الموارد البشرية وتعزيز قدراتها فى مجال تسيير المؤسسات الفندقية، وتعزيز القدرات البشرية المتصلة بالنشاط السياحي ككل (كفاءات فنية، تسييرية وتسويقية.. الخ)، كما أن هذا النقص انعكس سلباً على هذه المؤسسات خصوصاً وأنها على اتصال مباشر مع السائح وكل ذلك أدى إلى ضعف الخدمات الموجهة لهم؛

خامساً: نقص الترويج: نظراً لضعف النشاط الترويجي المتعلق بالمؤسسات الفندقية على مستوى الولاية، يمكن أن يؤدي إلى تفضيل السياح لمناطق أخرى يعرف نشاطها السياحي حركة كبيرة؛

سادساً: نقص الاعتماد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال فى المؤسسات الفندقية مما يؤثر على جودة ونوعية الخدمات ما يجد من وصولها للسياح، بالإضافة للغياب الواضح للتعامل عبر الانترنت على مستوى هياكل الاستقبال؛

سابعاً: ضعف الثقافة السياحية: إن عدم وجود ثقافة سياحية سواء بالنسبة للأفراد أو حتى بالنسبة لمسيري المؤسسات الفندقية يؤدي إلى ضعف القطاع الفندقى؛

ثامناً: أزمة الجزائر حول انخفاض أسعار البترول أدت إلى تعطل مختلف المشاريع بكل الولايات وخاصة الاستثمارات الضخمة مثل الفنادق.

المطلب الرابع: الحلول المقترحة للنهوض بالاستثمار الفندقى فى الولاية.

ولمعالجة المعوقات التي تم طرحها فى المطلب السابق، يمكن عرض جملة من الحلول نوجزها فيمايلي:

أولاً: الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية التي تتوفر عليها الولاية وذلك من خلال الاستفادة من تجارب غيرها من الولايات فى مجال السياحة والفندقة خاصة تلك التي تتوفر على نفس المميزات الجغرافية والتاريخية والاجتماعية، بالإضافة إلى منح مزايا خاصة للاستثمار فى القطاع الفندقى؛

ثانياً: ضرورة اهتمام السلطات المعنية بالقطاع الفندقى والسياحي ككل عن طريق تخصيص الميزانية اللازمة لدعمه وتطويره، بالإضافة إلى إعداد تحفيزات وتشجيعات للمستثمرين خاصة الأجانب وتوسيع توزيع الاستثمارات الفندقية بما يتلاءم مع توزيع المناطق السياحية عبر مختلف بلديات الولاية؛

ثالثاً: اللجوء إلى البنوك لتشجيع وتمويل المشاريع الفندقية والسياحية مع ضرورة تحلي هذه البنوك بالمرونة فى دراسة المشاريع الطالبة للتمويل وأن تكون أقل تعقيداً فيما يتعلق بالملفات والإجراءات المطلوبة؛

رابعاً: تقليص مدة دراسة المشاريع الفندقية من خلال تخفيض الإجراءات الإدارية والوثائق والتراخيص الضرورية لإنشاء المؤسسة المدة التي تستغرقها؛

خامساً: تخصيص العقارات الملائمة للنشاط الفندقى كالأراضي الفلاحية ضعيفة المردودية مع تكفل الدولة بعملية توزيعها على المستثمرين وإيصالها بمختلف الشبكات والمرافق؛

سادساً: تحسين الخدمات الفندقية من خلال إعداد وفتح مراكز لتكوين العاملين فى مختلف التخصصات على مستوى الولاية، بالإضافة إلى فتح فروع فى الفندقة والسياحة على مستوى الجامعة، مع الاهتمام باللغات الأجنبية لخلق المورد البشرى الذي يتمتع بالكفاءة اللازمة التي تمكنه من التعامل مع السياح الأجانب؛

سابعاً: العمل على دعم ومرافقة المؤسسات الفندقية كمساعدتها على توسيع سعة الإيواء والاستقبال؛

ثامنا: ضرورة إدخال التكنولوجيا في مختلف الفنادق بمختلف تصنيفاتها لتحسين الخدمات وتسهيل عملية التواصل مع السياح؛

تاسعا: تبني مختلف طرق الترويج والدعاية للفنادق، مع التوجه للتسويق الإلكتروني من خلال الاعتماد على مختلف التقنيات الحديثة والانترنت؛

عاشرا: تنمية وترقية البنية التحتية الأساسية بالولاية كونها تعد من أهم عوامل جذب المستثمرين كتحسين شبكة النقل والمواصلات؛

إحدى عشر: توعية المجتمع سياحيا من خلال بناء ثقافة مشجعة على ترويج السياحة خاصة فيما يتعلق بصناعة الضيافة، وتعميق الوعي حول أهمية الاستثمار الفندقى وعوائده.

وأخيرا نأمل أن تتحول ولاية قالمة إلى قبلة حقيقية للسياح وتكون لها مكانة مرموقة محليا ووطنيا، تنافس السياحة الجهوية والعالمية، ويكون للقطاع الفندقى مساهمة فعلية في تنمية القطاع السياحي وبالتالي التنمية الاقتصادية ويكون بذلك بديلا اقتصاديا فعليا.

تعد ولاية قالمة من بين الولايات المدرجة ضمن الولايات السياحية، نظرا لما تتميز به من عرض سياحي هائل (مناظر طبيعية، حمامات معدنية، مناطق أثرية..). غير أن ذلك لم يكن كافيا أمام نقص الجهود المبذولة لتنمية وتطوير القطاع، حيث بقي قطاع السياحة عامة والاستثمار الفندقى خاصة منسيا ومهملا مما جعله اليوم يفتقر إلى العناصر الأساسية التي تمكنه من مساندة حركة السياحة، خاصة وأن المؤسسات الفندقية لها دور بارز في خلق فرص العمل بالإضافة إلى المداخيل التي يمكن تحصيلها من مختلف الخدمات، بالإضافة إلى أنها تمثل ثروة مستديمة.

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال استعراضنا لبعض الاحصائيات حول الاستثمارات الفندقية في الجزائر عامة وولاية قالمة خاصة، تبين لنا حقيقة أن الاستثمارات الفندقية تعرف تطور ملحوظ من حيث زيادة عدد طاقات الاستيعاب، مناصب العمل، عدد السياح الوافدين .. الخ، فتعظيم الاستفادة من هذا القطاع الاقتصادي الهام وتحقيق تنمية سياحية أصبح مرهون بالقدرة على تشجيع وتحفيز الاستثمارات الفندقية سواء كانت محلية أو أجنبية.

وتبقى ولاية قالمة فرصة متاحة ومكانا خصبا للاستثمار في مجال السياحة عامة والقطاع الفندقى خاصة نظرا لما تعرفه بيئته السياحية من نقص وشغور لمنظمات الضيافة والايواء.

الخاتمة

يمكننا الاستخلاص من هذه الدراسة أن الجزائر بذلت مجهودات سخرت من خلالها العديد من الوسائل لدعم القطاع السياحي، على اعتبار أنها تمتلك العديد من المؤهلات التي يمكن استغلالها حتى يستطيع هذا القطاع أن يكون بديل استراتيجي لقطاع المحروقات خاصة في خضم أزمة انخفاض أسعار البترول، غير أن استمرار سيطرة قطاع المحروقات على المتغيرات الاقتصادية في الجزائر يؤكد أن القطاع السياحي لم يستطع تحقيق الدور المنتظر منه. وبالتالي كان من الضروري البحث على سبل دعم وترقية هذا القطاع باعتباره مستقبل واعد في الجزائر، وفي هذا الصدد يعد الاستثمار الفندقي من بين العناصر التي يمكن الاعتماد عليها لدعم القطاع السياحي وترقيته، لما له من دور بارز في تحقيق مكاسب جمّة ومداخيل معتبرة ومناصب شغل وجلب العملات الصعبة. غير أن دراستنا ومن خلال استعراضنا لبعض الإحصائيات حول الاستثمارات الفندقية على المستوى الوطني وحتى المحلي تبين لنا أنه بالرغم من التطور في هذه الاستثمارات غير أنها لم تصل إلى المستوى الذي يحقق الدعم للقطاع السياحي.

❖ اختبار الفرضيات.

بعد دراسة الموضوع ومحاولة الإحاطة بكل جوانبه يمكننا اختبار الفرضيات المحددة في مقدمة الدراسة كالآتي:

1- الفرضية الأولى:

يعد قطاع السياحة من القطاعات الاستراتيجية التي تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني مما دفع الدولة للاهتمام بهذا القطاع، ويتضح ذلك من خلال مختلف المخططات والاستراتيجيات التي تبنتها الدولة بهدف ترقية ودعم القطاع السياحي، إلا أن التطبيق غير السليم الذي لاقته هذه المجهودات أثر سلبا على مدى تحقيق الأهداف المرجوة منها ويبرز ذلك من خلال مواصلة سيطرة قطاع المحروقات على المتغيرات الاقتصادية. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

2- الفرضية الثانية:

تتوفر الجزائر على العديد من مناطق للتوسع السياحي، غير أن الاستثمار الفندقي بها يظل ضعيفا مقارنة بالإمكانات المتوفرة، حيث لم يتعدى عدد الفنادق القائمة 1184 فندق سنة 2011 بإجمالي قدرة استيعاب قدرت بـ 92737 سرير، يرجع سبب هذا الضعف لجملة من الأسباب أهمها نقص الأراضي الموجهة للاستثمار الفندقي وكذلك نقص التمويل، إضافة للعراقيل الإدارية التي يواجهها المستثمرين. وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

3- الفرضية الثالثة:

لا يخف أن ولاية قالمة تزخر بمؤهلات سياحية كافية لأن تجعل منها قطبا سياحيا متكاملًا نظرا لاحتوائها على العديد والمناظر الطبيعية، والمواقع الأثرية، كحمام أولاد علي، حمام مسخوطين، والمسرح الروماني.. إلى غير ذلك، وبذلك تعتبر كنزا سياحيا بحكم ما تتوفر عليه من إمكانات، ما سبق يثبت صحة الفرضية الثالثة.

4- الفرضية الرابعة:

في ظل المؤهلات السياحية التي تزخر بها ولاية قلمة غير أن عدد السياح الوافدين إلى الولاية يظل ضعيفا خاصة الأجنب منهم، ويرجع ذلك النقص في هياكل الإيواء حيث تتوفر الولاية على 14 فندق معتمد إلى غاية فيفري 2016 بسعة إيواء إجمالية تقدر بـ 1665 سرير، تعتبر ضئيلة مقارنة بالمؤهلات التي تتوفر عليها الولاية، بالإضافة إلى النقص في اليد العاملة المؤهلة على مستوى الفنادق القائمة حاليا، كذلك غياب التسويق الفعال للفنادق والخدمات التي تقدمها، وهذا ما ينفي الفرضية الرابعة.

5- الفرضية الخامسة:

تعتبر ولاية قلمة منطقة فلاحية بدرجة أولى، وبالتالي فالمستثمر في القطاع الفندقية أكبر إشكال يعترضه يتمثل في نقص العقار السياحي بالإضافة إلى نقص البدائل التمويلية وغياب التحفيزات وأيضا صغر حجم القروض المسموح بها، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الخامسة.

❖ نتائج الدراسة.

من خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا لجملة من النتائج يمكننا صياغة أهمها على النحو التالي:

أولا: النتائج النظرية:

من خلال الدراسة النظرية للموضوع توصلنا إلى:

- 1- تهدف الاستثمارات الفندقية أساسا لتوفير الإسكان للسياح ومختلف خدمات الإطعام والراحة، وتحقيقها الأهداف السابقة يتطلب توفر جملة من المعايير التي من بينها كفاءة العنصر البشري، وجودة الخدمات المقدمة.. إلخ؛
- 2- أن السياحة تعد نشاطا اقتصاديا هاما كغيرها من النشاطات الاقتصادية الأخرى، وذلك لما تحققه من آثار إيجابية على الرفاهية الاقتصادية كزيادة الإيرادات من النقد الأجنبي والمساهمة في الدخل الوطني وخلق فرص العمل وزيادة الإيرادات للدولة؛

- 3- القطاع السياحي يتطلب توفر عوامل تساعد على تحقيق أهدافه ، التي من بينها الاستثمار الفندقية الذي يمثل الدعامة الأساسية له كونه يعمل على جذب واستيعاب السياح ويوفر العديد من الخدمات الضرورية لهم.

ثانيا: النتائج التطبيقية:

يمكن إيجاز النتائج التطبيقية للموضوع فيما يلي:

- 1- تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية كبيرة، يمكن أن تجعل منها قطبا سياحيا من الدرجة الأولى، غير أن استغلال هذه الإمكانيات بعيد عن المستوى المطلوب بسبب التأخر في ترقية هذا القطاع؛
- 2- واقع الاستثمار الفندقية في الجزائر مازال ضعيفا، حيث يقدر عدد الفنادق التي تتوفر عليها الجزائر بـ 1184 فندق (سنة 2011)، ذلك لأنه لم يصل إلى المستوى المطلوب بالرغم من الإمكانيات التي تمتلكها الدولة؛
- 3- عرفت المناطق الطبيعية والحموية والصحراوية درجات نمو ضعيفة في عدد الفنادق والأسرة مقارنة بالمناطق الحضرية والساحلية التي استحوذت على نسبة 66.25% و23.98% على التوالي من عدد الفنادق؛

- 4- بلغ عدد السياح مليوني سائح سنة 2011، أغلبهم سياح جزائريين مقيمين بالخارج، وهو ما يثبت عدم قدرة قطاع السياحة في الجزائر على جذب المزيد من السياح رغم الإمكانيات الطبيعية أو التاريخية أو حتى تلك المقومات التي تساهم المورد البشري في إعدادها، نظرا للصعوبات والعراقيل التي لا تزال تواجه هذا القطاع؛
- 5- تزخر ولاية قلمة بإمكانيات سياحية متنوعة طبيعية، معدنية، أثرية.. إلخ، غير أن استغلال هذه الثروات السياحية لا يزال ضعيف، إذ هناك موارد خارج مناطق التوسع السياحي غير مستغلة؛
- 6- الاستثمار الفندقية ولاية يعرف نموا ضعيفا ما جعل القطاع الفندقية في الولاية لا يرقى للمستوى المطلوب بما يتناسب مع الإمكانيات المتاحة، التي يمكن أن تجعل الولاية منطقة مستقطبة للسياح وقادرة على منافسة الولايات الأخرى؛
- 7- تصنيف الفنادق في ولاية قلمة بين نجمة و ثلاث نجوم، ومنها ما هو غير مصنف وهذا يدل على ضعف وقلة الخدمات المقدمة ما يؤثر بصفة مباشرة وسلبية على توافد السياح للولاية؛
- 8- عدد السياح الوافدين للولاية يعتبر ضعيل مقارنة بإجمالي السياح الوافدين للوطن خاصة الأجانب ويعود ذلك للعديد من الأسباب من بينها ضعف الترويج بالمؤسسات الفندقية، بالإضافة إلى النقص في القدرة الاستيعابية للفنادق؛
- 9- رغم النقص المسجل في عدد الفنادق في ولاية قلمة، إلا أننا سجلنا تزايد في الطلب على الاستثمار الفندقية، حيث بلغ عدد المشاريع الفندقية التي في طور الانجاز 11 مشروع في حين بلغ عدد المشاريع التي لم تنطلق بعد 12 مشروع، وبالتالي تساهم بشكل كبير في ترقية وتطوير القطاع السياحي.
- 10- ستدعم الولاية مستقبلا بإجمالي 2738 سرير و 1465 منصب عمل ما يؤدي إلى استقبال أكبر عدد ممكن من السياح بالإضافة إلى امتصاص اليد العاملة المعطلة؛
- 11- تعد ندرة العقار الفندقية أولى المشاكل التي تعترض الاستثمار الفندقية في الولاية باعتبار أن الولاية منطقة غابية وفلاحية بالدرجة الأولى، إضافة إلى نقص التمويل لهذا النوع من الاستثمارات؛
- 12- حتى يحقق الاستثمار الفندقية الدور المنوط به على مستوى ولاية قلمة، لابد من الاستغلال الأمثل للمقومات التي تتوفر عليها الولاية، إضافة إلى تخصيص الموارد المالية اللازمة والملاءمة لهذا النوع من الاستثمارات.

❖ الاقتراحات:

من أجل تحقيق المساهمة الفعلية للاستثمار الفندقية في دعم وتطوير القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي للارتقاء بهذا الأخير في دعم التنمية الاقتصادية بدل الاعتماد الكامل على قطاع المحروقات، سوف نقوم بعرض بعض الاقتراحات كمايلي:

- 1- العمل على وضع خطط واضحة في المجال الاستثمار الفندقية عن طريق توفير مناخ استثماري تحفيزي بما يتوافق وزيادة عدد السياح، بالإضافة إلى دعم الاستثمارات الفندقية عن طريق التسهيلات البنكية، ولما لا إنشاء بنوك

- متخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية عامة والاستثمارات الفندقية خاصة، إلى جانب خلق أنشطة وخدمات جديدة ومختلفة عبر الفنادق القائمة حالياً؛
- 2-** ضرورة التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، باعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل؛
- 3-** الرجوع إلى تجارب البلدان السياحية والاستفادة منها، خاصة الدول المجاورة التي تملك نفس الإمكانيات المتاحة على غرار تونس مثلاً باعتبارها دولة مجاورة ويلعب القطاع السياحي بها دوراً مهماً في دعم اقتصادها رغم إمكانياتها الضئيلة مقارنة بالجزائر؛
- 4-** تشجيع الشراكة وترقيتها في المجال الفندقي والسياحي بين القطاع العام والخاص وكذلك محلياً وأجانبياً، بالإضافة إلى الزيادة في التحفيزات والإعفاءات؛
- 5-** ضرورة قيام الدولة بتجديد وتطوير البنى التحتية والهيكل القاعدية خاصة شبكات النقل والمواصلات مما يسهل على السياح الوصول لمختلف الوجهات التي يرغبونها؛
- 6-** ضرورة التنسيق بين مختلف الهيئات المسؤولة عن السياحة والفندقة، باعتبار أن دعم وتطوير السياحة يتأثر بأنشطة مختلف الوزارات (وزارة الداخلية والنقل..)؛
- 7-** الارتقاء بوسائل الترويج والتسويق السياحي والفندقي خاصة في وجود دعم تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة كالانترنت؛
- 8-** ضرورة توفير المعلومات وإتاحتها من قبل الوزارة والهيئات الوصية أمام الباحثين، بالإضافة إلى استحداث قاعدة بيانات وإحصائيات متطورة وحديثة عن السياحة الوطنية وتشمل كل ما يتعلق بالقطاع الفندقي والسياحي، كل ذلك من أجل تحسين أداء الباحثين والوصول إلى حلول؛
- 9-** ضرورة الاستغلال الأمثل للإمكانيات التي تتوفر عليها ولاية قالمة في المجال السياحي وذلك بتشجيع الاستثمارات الفندقية بمختلف أحجامها، إضافة العمل على دعم ومرافقة الهياكل الفندقية القائمة حالياً ومساعدتها على توسيع سعة الإيواء والاستقبال وتحسين وترقية الخدمات التي تقدمها؛
- 10-** تحسيس الفنادق بولاية قالمة بأهمية الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة والمعايير التي يجب أخذها بعين الاعتبار للارتقاء بتصنيفات هذه الفنادق نظراً لكونه عامل أساسي في جذب السياح واستمرار قدومها إلى زيارة المنطقة؛
- 11-** ضرورة إنشاء العديد من مراكز التكوين المتخصصة في الميدان السياحي والفندقي وتوزيعها عبر الولاية، بالإضافة إلى خلق تخصصات في مجال السياحة والفندقة على مستوى الجامعة، لتحسين الخدمات على مستوى الفنادق بالولاية من جهة، وخلق الرغبة لدى الشباب للاستثمار في المجال الفندقي من جهة أخرى؛
- 12-** توفير الأمن عبر كل الولاية خاصة المناطق التي بها فنادق وذلك لتطوير القطاع السياحي باعتباره من القطاعات الحساسة، وتوفير ومراقبة النظافة في الأماكن السياحية؛

- 13-** الاهتمام بالصناعة التقليدية، حيث أن السائح يتوق لمعرفة عادات وتقاليد الولاية، وولاية قالمة تزخر بعادات وتقاليد كثيرة ومتنوعة فلا بد من الاهتمام بها وتثمينها وجعلها تساهم في ترقية القطاع السياحي بالمنطقة عن طريق تخصيص فضاءات خاصة بها على مستوى الفنادق؛
- 14-** إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع لتشجيع السياحة من جهة، ومن أجل إيجاد توافق بين سكان المنطقة والسياح سواء محليين كانوا أو أجانب؛
- 15-** ضرورة تنظيم العقار الفندقية خاصة بالمناطق التي تتوفر على المقومات السياحية، بالإضافة إلى العمل على إزالة مختلف المعوقات التي تواجه الاستثمار الفندقية بالولاية؛
- 16-** ضرورة تحسين شبكة النقل والمواصلات بالولاية، وتنظيم ومراقبة أوقات العمل خاصة في الليل.

❖ آفاق الدراسة:

نقدم في ختام هذه الدراسة مجموعة من الجوانب التي نراها بأن تكون مواضيع بحث جديدة ودراسات مستقبلية، لم يكن في وسعنا معالجتها:

- ✍ دور الاستثمار الفندقية في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛
- ✍ جودة خدمات النقل والمواصلات ودورها في دعم القطاع السياحي والفندقية في الجزائر؛
- ✍ مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين وتسويق الخدمات الفندقية والسياحية في الجزائر؛
- ✍ دور الاستثمار في دعم الاقتصاد الوطني كبديل ما بعد المحروقات في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: القرآن الكريم:

1- سورة التوبة، الآية 02.

2- سورة التوبة، الآية 102.

ثانياً: الكتب:

- 1- عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، "التخطيط السياحي مدخل استراتيجي"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 2- ماهر عبد الخالق السيسي، "مبادئ السياحة"، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2001.
- 3- محمد البناء، "اقتصاديات السياحة والفندقة"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009.
- 4- موفق عدنان عبد الجبار الحمري، "أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 5- وليد نافع قميحة، "الإدارة الفندقية نمو و تطور صناعة الفنادق"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.
- 6- أحمد محمد المصري، "إدارة الفنادق"، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1998.
- 7- الزين منصور، "تشجيع الاستثمار و أثره على التنمية الاقتصادية"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 8- توفيق بوزناشة، "دليل الجمهورية ولايات وبلديات"، دار الحقائق للنشر والتوزيع، الشارقة، الجزائر، الطبعة الأولى، الجزء الأول، 2006.
- 9- حسني علي خريوش، رضا عبد المعطي، "الاستثمار و التمويل بين النظرية و التطبيق"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان الأردن، 1996.
- 10- حمزة دراركة، حمزة العلوان، مروان أبو رحمة، مصطفى كافي، "الجغرافيا و المعالم السياحية"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014.
- 11- حميد الطائي، "أصول صناعة السياحة"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001.
- 12- زياد رمضان، "الاستثمار المالي و الحقيقي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 1998.
- 13- زياد رمضان، "مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2007.
- 14- طارق طه، "إدارة الفنادق والمكاتب السياحية"، الإسكندرية، مصر، 2001.
- 15- طاهر حردان، "أساسيات الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
- 16- طاهر حيدر حردان، "مبادئ الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
- 17- عبد السميع صبري، "نظرية السياحة"، مطبعة كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، مصر، 1996.
- 18- عبد السميع علام، "علم الاقتصاد السياحي"، دار الوفاء لندنيا النشر، الإسكندرية، مصر، 2000.
- 19- عبد العزيز مصطفى أبو نبعة، "التسويق المعاصر (المبادئ النظرية و التطبيق)"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- 20- عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، "التخطيط السياحي"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 1999.

- 21- علي سعد محمد داود، "البنوك ومحافظ الاستثمار: مدخل دعم اتخاذ القرار"، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2012.
- 22- عمر حسين، "الاستثمار و العولمة"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2000.
- 23- فرح عبد الوهاب الزناتي، "إدارة الفنادق"، منشورات إلجا، فاليتا، مالطا، 1998.
- 24- فؤاد بن غضبان، "الجغرافيا السياحية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 25- كامل آل شبيب دريد، "الاستثمار و التحليل الاستثماري"، دار اليازوري، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
- 26- ليلى محمد صابر الزلاقي، "الإشراف الداخلي الفندقي"، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2003.
- 27- محمد الحناوي، نihal فريد مصطفى، "مبادئ وأساسيات الاستثمار"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006.
- 28- محمد الصيرفي، "لتخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
- 29- محمد حافظ حجازي، "إدارة المنظمات الفندقية - وظائف المنظمة -"، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، (دون سنة).
- 30- محمد عدنان بن الضيف، "مقومات الاستثمار في سوق الأوراق المالية الإسلامية"، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.
- 31- محمد عمر مؤمن، "التخطيط السياحي"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2009.
- 32- محمد مطر، "إدارة الاستثمارات: الإطار النظري والتطبيقات العلمية"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2006.
- 33- مروان محمد أبو رحمة، حمزة عبد الرزاق العلوان، حمزة عبد الحليم دراركة، مصطفى يوسف كافي، "مبادئ إدارة الفنادق"، دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية الأولى، 2014.
- 34- مروان شموط، كنجو عبود كنجو، "أسس الاستثمار"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008.
- 35- مصطفى يوسف كافي، "أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة"، دار الرواد مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014.
- 36- ناجي جمال، "مبادئ الاستثمار في أسواق التمويل"، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2012.
- 37- ياسين الكحلي، "إدارة الفنادق والقرى السياحية"، دار الوفاء الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 1999.
- 38- عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، جمال الحرامي، "مدخل إلى السياحة بين النظرية والتطبيق"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.
- 39- "الفندقة: محاسبة فندقية"، منشورات المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية.

ثالثا: الأطروحات والمذكرات:

أ: الأطروحات:

- 1- عبد القادر عوينان، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT25"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارية، جامعة الجزائر-3، الجزائر، 2013/2012.
- 2- بديعة بو عقلين، "الاستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

ب: مذكرات الماجستير:

- 1- حميدة بوعموشة، "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012/2011.
- 2- أحسن العايب، "دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية- دراسة حالة فندق سيبوس الدولي- عنابة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، ماناجمنت، تخصص تسويق، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2009/2008.
- 3- إياد محمد عودة، "قياس التكاليف الاجتماعية و مدى مساهمتها لتحقيق الرفاهية الاجتماعية دراسة ميدانية على فنادق ذات فئات خمسة نجوم في الأردن"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في محاسبة ومسار التعامل، (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم المالية والإدارية، قسم المحاسبة، 2008/2007.
- 4- سعاد صديقي، "دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية - دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي- وكالة جيجل -"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006/2005.

ج- مذكرات الماجستير:

- 1- سيف الدين جبار، "دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014/2013.
- 2- نوال قوارطة، جمعة كعواش، "أهمية التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر 2001/2012"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014/2013.
- 3- ذهيبية غزالي، أحلام هوام، "السياحة وتحدي تحقيق التنمية المستدامة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، تخصص تمويل التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2012/2011.
- 4- أسسمهان حناشي، شمس الهدى خلفلاوي، كودري حنان، "آليات تشجيع و ترقيّة الاستثمار كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2011/2010.

رابعاً: الملتقيات والندوات:

أ: الملتقيات الدولية:

- 1- الملتقى الدولي الأول حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر، يومي: 8 و9 نوفمبر 2015.
- 2- الملتقى الدولي حول: "تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر"، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر، يومي: 28 و29 أكتوبر 2014.
- 3- الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: "الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، المركز الجامعي لتيبازة، الجزائر، يومي: 26 و27 نوفمبر 2014.
- 4- الملتقى الدولي حول: "التنمية السياحية في الدول العربية: تقييم واستشراف"، المركز الجامعي لغرداية، الجزائر، يومي: 26 و27 فيفري 2013.
- 5- الملتقى الدولي الأول حول: "التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر تحت شعار الجزائر وجهة الغد"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، يومي: 06 و07 نوفمبر 2013.
- 6- الملتقى الدولي الثاني حول: "دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي: 11 و12 مارس 2012.
- 7- الملتقى الدولي حول: "استراتيجية الحوكمة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، يومي: 15 و16 نوفمبر 2011.
- 8- المؤتمر الدولي الخامس حول: "رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي: 13 و14 ديسمبر 2011.
- 9- الملتقى الدولي حول: "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي: 09 و10 مارس 2010.

ب: الملتقيات الوطنية:

- 1- الملتقى الوطني حول: "فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، يومي: 19 و20 نوفمبر 2012.
- 2- الملتقى الوطني حول: "السياحة والتسويق السياحي في الجزائر: إمكانيات وتحديات تنافسية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، يومي: 27 و28 أكتوبر 2009.

خامسا: المجالات:

1-مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 433، مارس 2015.

2-مجلة اقتصادياتشمالافريقيا، مخبر العولمة واقتصادياتشمالافريقيا، جامعة حسيبة بنوعلي، الشلف، الجزائر، العدد 03، ديسمبر 2005.

سادسا: الجريدة الرسمية:

1-المادة (6)، منالأمر 96-01 المتضمناالقواعدالتيتحكمالصناعةالتقليديةوالحرف، الصادرفي 16/01/1996، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 03، 14 جانفي 1996.

المراجع باللغة الأجنبية:

1- Les Livres

- NEGLI, "Tourism and Travel: concepts and principales", GITANJAL, Publishing House, New Delhi, India, 1990.

2- Les Thèses

- LOUBNATALBI, "Creation d'entreprise: Complexe Sportif et Touristique (C.S.T)", mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de Master en science de gestion, option:Entrepreneurat et développement international, Faculté de science économique et commercial et science de gestion, Université du 8 mai 1945, (Non publier), Guelma, Algérie, 2014/2015.

3- Les sites

- <http://www.andi.dz>
- <http://www.ons.dz>
- <http://www.startimes.com>
- <https://fr.wikipedia.org>

الملاحق