جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تجارة دولية

دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في الجزائر

إعداد الطالبتين:

– مرابط حنان

– خالد خوجة أميرة ريان

الأستاذ المشرف

براهمية نبيل

أمام اللجنة:

– براهمية نبيل مقررا.

– حملاوي حميد رئيسا.

– سعدان آسيا مناقشا.

السنة الجامعية: 2016–2017

لا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد...

وقبل أن نمضي نقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياةإلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى جميع أساتذتنا الأفاضل

وكذلك نشكر كل من ساعد على إتمام هذا البحث وقدم لنا العون ومد لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث و نخص بالذكر الأستاذ:

براهمية نبيل

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿قَالُواْ سُبْحَانَكَ لاَ عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴾صدق الله العظيم

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل اليه لو لا فضل الله علينا

﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾صدق الله العظيم

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع الى:

من احمل اسمه بافتخار،الى من أنعمه الله بالهيبة و الوقار، الى من تعب من أجل أن يراني ناجحة الى من علمني معنى الكفاح و معنى الحنان الى قرة عيني أبي **"العربي"** أرجو من الله أن يمد في عمره و اداامه الله لنا تاجا فوق رؤوسنا .

الى نبع الحنان و الصبر و التفاؤل،الى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي الى من كانت سندي و منبع قوتي،الى من أنارت درب حياتي ووقفت الى جانبي في كل خطواتي،الى رمز العطاء و الحب أرجو الله ان يمد في عمرك و ستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم و الغد و الى الابد ،الى أغلى الحبايب امي العزيزة و الغالية **"وافية"**.

الى سندي في الحياة ،الى من أرى نور التفاؤل و السعادة بضحكتهم الى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي ،الى أغلى من روحي اخوتي **" انفال-ألاء-ضياء"**.

الى التي تميزت بالحنان و العطاءالى ينبوع الصدق الصافي الى خالتي العزيزة **''نصيرة"**

الى الاخوة التي لم تلدهم امي ،الىمن معهم سعدت و برفقتهم على دروب الحياة سرت "صديقاتي"

الى كل من نسيه قلمي و تذكره قلبي وكل من احبه "ريان " وتمنى لها النجاح

الى كل من ساعدني في انهاء هذا العمل وقفة شكر و عرفان.

ريان

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن لنصل اليه لو لا فضل الله علينا

﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾صدق الله العظيم

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع الى:

من احمل اسمه بافتخار،إلى من أنعمه الله بالهيبة و الوقار، إلى من تعب من أجل أن يراني ناجحة إلى من علمني معنى الكفاح و معنى الحنان إلى قرة عيني أبي **"محمد"**

إلى نبع الحنان و الصبر و التفاؤل،إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي إلى من كانت سندي و منبع قوتي،إلى من أنارت درب حياتي ووقفت إلى جانبي في كل خطواتي،الى رمز العطاء و الحب أرجو الله ان يمد في عمرك إلى أغلى الحبايب امي العزيزة و الغالية **"سعاد"**.

إلى أغلى من روحي إخوتي **" بدر الدين، شمس**.

إلى الإخوة التي لم تلدهم أمي ،إلى من معهم سعدت و برفقتهم على دروب الحياة سرت "صديقاتي"

إلى كل من ساعدني في إنهاء هذا العمل وقفة شكر و عرفان.

حنان

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

مقدمة ..... أ

الفصل الأول: مدخل نظري للاستثمار الأجنبي المباشر.

مقدمة الفصل. **6**

المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر. **7**

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر. 7

المطلب الثاني: التطور التاريخي للاستثمار الأجنبي المباشر: 8

المطلب الثالث: أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر: 11

المطلب الرابع: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر..... 13

المبحث الثاني: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر ومحدداته وحوافزه..... **17**

المطلب الأول: النظريات المفسرة لقيام الاستثمار الأجنبي المباشر: 17

المطلب الثاني: محددات الاستثمار الأجنبي المباشر..... 26

المطلب الثالث: دوافع الاستثمار الأجنبي المباشر. 28

المبحث الثالث: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر. **29**

المطلب الأول: آثار الاستثمار الأجنبي المباشر (المزايا والعيوب)..... 29

المطلب الثاني: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر..... 31

المطلب الثالث: سبل مواجهة مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر من طرف المستثمر..... 32

خاتمة الفصل. **35**

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول الاستثمار السياحي.

مقدمة الفصل. **37**

المبحث الأول: عموميات حول السياحة. **38**

المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح ومراحل تطورها..... 38

المطلب الثاني: أهمية السياحة وخصائصها. 43

المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة وشروط ممارستها..... 45

المطلب الرابع: أنواع السياحة وأركانها..... 47

المبحث الثاني: أساسيات السياحة..... 54
المطلب الأول: عوامل الجذب السياحي..... 54
المطلب الثاني: الهيئات المهتمة بقطاع السياحة 55
المطلب الثالث: الآثار المترتبة عن السياحة..... 61
المطلب الرابع: معوقات تنشيط السياحة..... 64
المبحث الثالث: الاستثمار السياحي..... 66
المطلب الأول: مفهوم وأهمية الاستثمار السياحي وأنواعه..... 66
المطلب الثاني: العوامل المشجعة لزيادة الاستثمار السياحي ومقومات نجاحه. 68
خاتمة الفصل. 78

الفصل الثالث : واقع وإستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

مقدمة الفصل. 80
المبحث الأول: واقع الإستثمار لسياحي في الجزائر. 81
المطلب الأول:فرص الإستثمار السياحي في الجزائر..... 81
المطلب الثاني:الوضعية الحالية للإستثمار السياحي..... 85
المطلب الثالث:أهم الشركات الأجنبية المستثمرة في الجزائر في المجال السياحي. 88
المبحث الثاني:استراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر لآفاق 2025. 92
المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025. 93
المطلب الثاني:الأهداف المسطرة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025..... 94
المطلب الثالث: الإنجازات المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025. 95
المبحث الثالث :أهم معوقات الإستثمار السياحي و التوصيات المستخلصة. 98
المطلب الأول :مشكلة العقار السياحي. 98
المطلب الثاني :مشكلة تمويل الإستثمار السياحي. 101
المطلب الثالث :الآليات المبرمجة للقضاء على مشاكل الإستثمار السياحي. 103
المبحث الرابع : أثر وانعكاسات الاستثمار الأجنبي المباشر على السياحة.....107
المطلب الأول : تطور بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2000–2015). 107
المطلب الثاني : الإستثمارات السياحية وطاقات الإيواء 111
المطلب الثالث : انعكاسات الإستثمار اللأجنبي المباشر على السياحة. 115
خاتمة الفصل 117
خاتمة عامة.....119
قائمة المراجع.

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع الاستثمارات الأجنبية لسنة 1913	9
02	تأثير الشركات متعددة الجنسيات على التنمية الشاملة	15
03	العوامل الشرطية والدافعية والحاكمة للاستثمارات الأجنبية	25
04	دخول غير المقيمين لتونس من 2000–2012	71
05	تطور الطاقة الإيوائية لتونس	72
06	التغير الحادث في أهم المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي التونسي في الفترة 2007–2012 مع تغيرات للفترة المستقبلية 2013–2023	73
07	تطور عد السياح بالمغرب 2000–2010	75
08	تطور الطاقة الإيوائية حسب عدد الأسرة وحسب المدن سنة 2012	75
09	المرافق السياحية وفقا لبرامج تهيئة 22 موقع توسع سياحي	76
10	خطة الأعمال السياحية لآفاق 2015	88
11	توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (آفاق 2025)	95
12	الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق	96
13	القرى السياحية	97
14	تطور بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000–2015	108

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	دورة حياة المنتج الدوليI	21
02	دورة حياة المنتج الدولي II	22
03	هرم ماسلو في ترتيب حاجات الإنسان	39
04	الفرق بين السائح وغير السائح	40
05	مساهمة السياحة في توفير فرص العمل	43
06	أنواع السياحة	51
07	أركان السياحة	53
08	مخطط بين مسؤوليات I.A.T.A و I.C.A.O والفرق بين أعمالهما	57
09	الهيئات بالقطاع السياحي	60
10	أمثلة التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الخدمية	62
11	بعض الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة	63
12	م.ت.ت.س (SDAT) جزء من م.و.ت (SDNC).	93
13	تدفق عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000– 2015)	109
14	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000– 2015)	110
15	تطور المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2000–2015)	111
16	مساهمة السياحة في التشغيل	112
17	علاقة الاستثمار السياحي بطاقات الإيواء	112
18	علاقة الاستثمار السياحي بعدد السياح	113
19	علاقة الاستثمار السياحي بحجم الإيرادات السياحية	114
20	علاقة الاستثمار السياحي بالمساهمة في التشغيل	114
21	علاقة الاستثمار السياحي بالناتج المحلي الإجمالي PIB	115

مقدمة:

تلعب السياحة دورا هاما كقطاع إنتاجي وخدماتي وتحتل موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، كما يعتبر قطاع السياحة أسرع القطاعات الاقتصادية من حيث النمو المطرد، تعتمد عليها بعض الدول في دعم مسيرة النمو الاقتصادي وتنويع مصادر الدخل، إذ يظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي، مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير أكبر قدر من العملات الأجنبية. استطاعت بعض الدول أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي، في حين تحاول دول أخرى تفضلها مسافات بعيدة عن الدول المصدرة للسياحة فإن قطاع السياحة أيضا هو قابل للنمو والتطور وذلك حسب الأزمنة، وهذا التطور لا يخلو أيضا من العيوب والمزايا، وبالرغم من أن الجزائر تمتلك قدرات هائلة للمنافسة في الميدان غير أنها متأخرة كثيرا بالنسبة للمنتوج السياحي، إلا أننا نرى وبكل موضوعية أن السياحة لم يروج لها كوجهة سياحية لعرضها على الراغبين فيها في العالم، ولعل عدد السياح القليل جدا والعائدات دون المستوى المطلوب لأحسن دليل عن الوضعية غير المشجعة التي يعاني منها قطاع السياحة في بلادنا.

يمثل الاستثمار محورا أساسيا من محاور التنمية في مختلف القطاعات الصناعية، الزراعية والسياحية.... ونظرا لكونه الأسلوب الأمثل لتوظيف الإمكانيات والطاقات التي تستطيع الدول عن طريق خوض معركة التنمية بما يواكب التحديات العالمية المعاصرة، لذلك تعول الحكومات على تمويل استراتيجيات التنمية الحديثة من خلال استقطاب أكثر للاستثمار الأجنبي بالرغم من أن الاستثمار الأجنبي المباشر يساهم في التقليل من حدة قيد ميزان المدفوعات وتفادي اللجوء إلى الديون الخارجية، فإن المنافسة الحادة بين الدول وتعثر معظم السلطات في إجراء إصلاحات جذرية وعميقة تسمح بتحسين مناخ الاستثمار والعمل من خلال محاربة الفساد والبيروقراطية وتوظيف سياسات جيدة وشفافة.

وعن القطاعات التي يولي المستثمرين الاهتمام بها بعد قطاع المحروقات، العقار والبناء والنقل ومشاريع البنى التحتية هي فرص جذب قوية لرجال الأعمال الجانب كما يجدر الإشارة إلى أن رهان الاقتصاد الجزائري على المدى المتوسط هو الزراعة والسياحة هذا وقد تبنت الجزائر إستراتيجية تنمية السياحة وتحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج وجذب الاستثمارات من أجل تسويق منتوج القطاع السياحي، إلا أن هذا الخير شهد جمودا نتيجة للوضع المني غير المستقر الذي شهدته الجزائر بين الفترة 1992– 2000 بالإضافة إلى غياب البنية التحتية والتكوين للمسيرين المتخصصين والأهم من

ذلك غياب الإعلانات السياحية، إلا أن السبب الوجيه ينحصر في بقاء هذا المجال لسنوات طويلة دون سياسة واضحة وبالتالي فإن مواجهة وضعية هذا القطاع في الجزائر تقتضي مواجهة المشاكل الأساسية التي تواجه قطاع السياحة وتحقيق نتائج إيجابية في ظل الإمكانيات السياحية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر وتبقى مسؤولية ذلك على عاتق السلطات الجزائرية لتطوير القطاع من خلال دعم الاستثمار السياحي المحلي عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال إستراتيجية الجزائر التنموية في قطاع السياحة، حيث صنفت الجزائر خلال 2009 ضمن أحسن الوجهات السياحية العالمية المختارة ضمن قائمة 20 دولة ذات صيت عالمي ولقد احتلت بلادنا المرتبة السابعة في ظل الحركية التي شهدها مجال الاستثمار السياحي الذي يتجه نحو الرفع من نوعية الخدمات السياحية في الجزائر.

وقد أصبح هذا القطاع مع قطاع الزراعة، المناجم، الصناعة... محركا للنمو الاقتصادي ليعتبر قطاع السياحة في الجزائر موردا بديلا لقطاع النفط، وتحظى السياحة بتلك المكانة المهمة ضمن قطاع الخدمات في عدد كبير من الدول بما يمكن أن تساهم به في الناتج المحلي الإجمالي ومعدلات النمو الاقتصادي وما تدره من عملات أجنبية وما تولده من فرص عمل، بالإضافة إلى أن تنمية الإنفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاجه من سلع وخدمات.

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر من أجل جعلها بلدا مستقبلا تقدم الدولة الخبرة تصور التنمية السياحية الوطنية على عدة مستويات على المدى القصير (2005)، على المدى المتوسط (2015)، على المدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستدامة، تستند هذه الدينامكية على خلق وإعادة هيكلة الأقطاب السياحية المستقطبة للسوق الوطني والدولي، ترقية المنتجات ذات النوعية وتأكيد صورة الجزائر بتوسيع مناطق التوسع السياحي (ZET) التي تنمي إلى هذه الأقطاب وهي موجهة تماما في خدمة المستثمرين الوطنيين والدوليين، تسمح هذه الفضاءات الفنية بالموارد الطبيعية والثقافية بتوجيه المستثمرين لتحديد مواقعهم المفضلة لصالح مشروعاتهم، ومن أجل استغلال القطاع السياحي استغلالا حقيقيا وضعت الحكومة برنامج للتنمية والتهيئة السياحية المبني على أساس تشخيص شامل يبرز خصوصا النقائص التي يتميز بها هذا القطاع المحدث للثروة، ويتحدد الإطار الإستراتيجي للسياسة السياحية في الجزائر إلى آفاق 2025، وهي مدة كافية للنهوض بالقطاع السياحي ليساهم بفعالية في تحريك الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية الاقتصادية، وفي ظل العولمة أصبحت السياحة إحدى الرهانات الأساسية بين البلدان ذات الطابع

السياحي هذا ما يفرض على هذه البلدان الانفتاح الاقتصادي على الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي ودفع عملية الشراكة الدولية وهناك فرصة يجب أن تغتنمها الجزائر هي الحرية الدولية لرؤوس الأموال من خلال جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي يمكن أن تكون من بين العوامل الهامة للتنمية في الجزائر لكون الإمكانيات وخاصة السياحية لم يتم استغلالها إلا منذ أمد قصير وذلك لما تساهمه في نقل للمعرفة والتكنولوجيا والتسيير في القطاع، سياسة جديدة لإنعاش قطاع السياحة في الجزائر، وبناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية:

ما هي الإستراتيجية المعتمدة لتنمية قطاع السياحة في الجزائر؟ وكيف تساهم الاستثمارات الأجنبية في تنمية السياحة في الجزائر؟

كما تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية:

- لماذا الاهتمام بالسياحة؟
- الموارد السياحية أساس النشاط السياحي، هل تتوفر الجزائر على هذه الإمكانيات وكيف تستغل؟
- هل يمكن حصر تنمية القطاع السياحي بالجزائر في تحفيز الاستثمار الأجنبي فقط؟
- ما هي حوافز الاستثمار السياحي في الجزائر؟ هل هناك عوائق؟ ما هي الإجراءات المتخذة والسياسات المتبعة من طرف الجزائر لتنمية السياحة؟

وبهدف الإجابة على السؤال الرئيسي وكذا الأسئلة الفرعية فمنا بإدراج ثلاث فصول للدراسة والتي سوف من خلالها نحاول نفي أو إثبات الفرضيات التالية:

1. السياحة قطاع يؤدي دورا اقتصاديا هاما.
2. تملك الجزائر موارد سياحية هامة، يساهم القطاع السياحي حاليا في التنمية بنسبة معتبرة تم استغلالها بطريقة تتناسب مع حجم وقيمة هذه المقومات.
3. لا تتوقف تنمية قطاع السياحة بالجزائر في تحفيز الاستثمار الأجنبي فقط.
4. رغم الحوافز المعدة من طرف الجهات الوصية على قطاع السياحة إلا أن هذا الأخير تشوبه العديد من نقاط الضعف ولقد اتخذت الجزائر إجراءات هامة لتنمية النشاط السياحي.

أسباب اختيار البحث:

يعتبر الاستثمار الأجنبي كتكملة ودعم الاستثمار المحلي الذي لم ينل القسط الكافي من أجل تنمية القطاع السياحي في الجزائر وباعتبار الاستثمار الأجنبي يعد تدفقا رأسماليا يستفيد به الدول،

فالجزائر تسعى إلى جلب أكبر قدر ممكن من المستثمرين بمنحهم إمتيازات لازمة لجذبهم كما أن الاهتمام المتزايد خاصة في الآونة الأخيرة من قبل السلطات العامة بالقطاع السياحي نظرا للدور الذي يلعبه القطاع في التنمية الاقتصادية.

أهداف البحث:

- إبراز مساهمة الاستثمار السياحي في استقطاب الأجانب والمحليين من أجل التنمية.
- البحث عن الطريقة التي تحول إلى تطبيق استثمارات كبيرة ومربحة في القطاع السياحي.
- إبراز الانعكاسات والتوجهات التنموية المنتهجة من طرف الجزائر على دفع عجلة القطاع السياحي نحو الازدهار ورفع عدد السياح.
- تحديد أهم المشاكل التي يواجهها المستثمر الوطني والأجنبي ومحاولة إيجاد حلول تناسبها.

أدوات ومنهج البحث:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والتحليل، فالوصفي يتعلق بالمفاهيم الخاصة بالسياحة والاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تشخيصها والوقوف على دلائلها، كما اعتمدنا على المنهج المقارن مع الدول المجاورة (تونس، المغرب) في استقطابها للاستثمار الأجنبي المباشر، ويظهر المنهج التحليل في تفسير المعطيات الإحصائية المتحصل عليها.

عوائق البحث:

- عدم التمكن من الحصول على معلومات دقيقة وخاصة الإحصائيات من طرف عدة هيئات مختلفة على الرغم من كثرة الإلحاح الشديد.
- محدودية المراجع المتخصصة بموضوع الدراسة أدى إلى الاستعانة بالمذكرات أكثر من الكتب وإن وجدت فهي إما قديمة أو باللغات الأجنبية مما أدى في بعض الأحيان إلى الترجمة التي أخذت قسطا معتبرا من الوقت.

هيكلة البحث:

لمعالجة إشكالية البحث تم تقسيم هذا العمل إلى ثلاث فصول رئيسية: الفصل الأول مدخل نظري للاستثمار الأجنبي المباشر، أما الفصل الثاني مفاهيم أساسية حول الاستثمار السياحي، وفصل ثالث تناول واقع وإستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر والسياسة السياحية الجديدة كسبيل لتطوير القطاع السياحي في الجزائر في إطار مخطط التهيئة السياحية والإقليمية لآفاق 2025.

الفصل الأول:

مدخل نظري

للاستثمار الأجنبي

المباشر

مقدمة الفصل:

تتسم البنية الدولية الراهنة باحتدام التنافس على رؤوس الأموال الأجنبية بين مختلف الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، وذلك نتيجة للدور الهام الذي يلعبه الاستثمار الأجنبي في توفير التمويل المطلوب لإقامة المشاريع الإنتاجية والخدمية ونقل التكنولوجيا والمساهمة في رفع مستويات المداخيل والمعيشة وخلق المزيد من فرص العمل وتحسين المهارات والخبرات وتحقيق ميزات تنافسية في مجال التصدير والتسويق وإضافة إلى الدور المهم الحيوي الذي قد يلعبه في الرفع من القدرات الإنتاجية والاقتصادية للدول المضيفة.

ومن أجل الظفر بهذه المزايا تحاول العديد من الدول جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لاعتباره أحد أهم أنواع النشاطات الاقتصادية التي يعتمد عليها الدول من أجل النهوض باقتصادياتها حيث يعود السر في بروزه إلى كونه وسيلة تمويل بديلة تلجأ إليها الكثير من الدول التي تواجه العجز في تمويل استثماراتها.

ومن هذا المنطلق اشتد التنافس بين الدول على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وذلك من خلال إزالة الحواجز والعراقيل التي تعيق طريقها ومنحها الحوافز وابتاع سياسات اقتصادية مناسبة وضمانات التي تسهل قدومها ودخولها في السوق المحلي وتطوير المناخ الاستثماري.

ولذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث على الشكل التالي:

المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر.

المبحث الثاني: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر ومحدداته.

المبحث الثالث: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر.

المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر.

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر من أكثر أنواع الاستثمار تفضيلا فهو يعد شكل من أشكال التمويل الخارجي الذي يعتمد عليه الدول لأنه يوفر الموارد اللازمة للقيام ببرامج الاستثمار التي تستهدفها خطط التنمية الاقتصادية في هذه الدول.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر.

أولا: تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر.

كما عرفه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) بأنه عملية توظيف لأموال أجنبية غير وطنية في موجودات رأس مالية ثابتة في دول مضيفة معينة، وينطوي على علاقة طويلة الأجل تعكس منفعة لمستثمر أجنبي يكون له الحق في إدارة موجوداته والرقابة عليها من بلده أو بلد الإقامة الذي هو فيه.[1]

يعرف الـــ FMI الاستثمار الخارجي المباشر حيث يكون مباشر حين يمتلك المستثمر 10% أو أكثر من أسهم رأس مال إحدى مؤسسات الأعمال. [2]

ويعرف كذلك أنه "الاستثمار الذي ينطوي على تملك المستثمر الأجنبي لجزء من أو كل الاستثمارات في مشروع معين، هذا بالإضافة إلى قيامه بالمشاركة في إدارة المشروع مع المستثمر الوطني في حالة الاستثمار المشترك أو بسيطرته الكاملة على الإدارة والتنظيم في حالة ملكيته المطلقة لمشروع الاستثمار، فضلا عن قيام المستثمر الأجنبي بتحويل كمية من الموارد المالية والتكنولوجية والخبرة التقنية في جميع المجالات إلى الدول المضيفة".[3]

أما المنظمة العالمية للتجارة (OMC) فتعرفه على أنه: ذلك النشاط الذي يقوم به المستثمر المقيم في بلد ما (البلد الأصلي) والذي من خلاله يستعمل أصوله في بلدان أخرى (دول مضيفة) مع نية تسييرها. [4]

تعريف رايموند برتراند: يعرفه (Raymond pertrand) الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه مساهمة رأسمال مؤسسة في مؤسسة أخرى، ويتم ذلك بإنشاء فرع لها في الخارج أو بالرفع مع

1- عدنان داود محمد العزاري، الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية والتنمية المستدامة في بعض الدول الإسلامية، دار الفيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1،2015، ص56.

2- أ. لوعيل بلال، أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على نمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1995-2007)، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر، العدد الرابع، 2012.

3- عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1989، ص13.

4- بلال بوجمعة، تحليل واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة وآفاقها في ظل الشراكة الأورومتوسطية- دراسة حالة الجزائر-، ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2007، ص19.

رأسمالها أو قيام مؤسسة أجنبية رفقة شركاء أجانب أو هي وسيلة تحويل الموارد الحقيقية ورؤوس المال من دولة إلى دولة أخرى. [1]

وخلاصة ما تقدم نقرر أنه ليس من الحكمة في الشيء حصر مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر في تعريف واحد، فهو يقسم بالثبات والجمود حيث لا يتلاءم ذلك مع كون مفهوم الاستثمار يمثل مفهوما متغيرا أو متطورا يتغير ويتطور حسب مستجدات العصر. [2]

المطلب الثاني: التطور التاريخي للاستثمار الأجنبي المباشر.

يرجع تاريخ الازدهار الفعلي للاستثمار الأجنبي المباشر في فترة قيام الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر، فلقد ساعد التطور الصناعي الذي يحدث في تلك الفترة وما صاحبه من زيادة في حجم ونوعية المنتجات إلى اتساع التجارة وإلى فتح الطريق لتدفق الاستثمار خارج أوروبا. ولقد مر الاستثمار الأجنبي المباشر بمراحل تاريخية مختلفة ومتفاوتة ويمكن إيجاز تلك المراحل فيما يلي:

المرحلة الأولى: ازدهار الاستثمار الأجنبي خلال الفترة الممتدة من (1800 إلى 1914) حيث سادت ظروف اقتصادية وسياسية مناسبة بشكل كبير لتدفق الاستثمار الأجنبية وهذا راجع لعدة أسباب نذكر منها:

- انخفاض الأخطار المصاحبة لهذه التدفقات.
- توافر الفرص الاستثمارية في المستعمرات.
- ثبات أسعار الصرف في ظل قاعدة الذهب.
- حرية حركة رؤوس الأموال.
- حماية أكيدة من جانب الدول المستعمرة لاستثماراتها الأجنبية.[3]

حيث استمت هذه المرحلة بالحرية الاقتصادية وكذلك حرية التبادلات التجارية فيما بين الدول إلى جانب الهيمنة البريطانية التي استطاعت أن تحدد الإطار العام للعلاقات الدولية قبل أن تلحق بها الدول الأخرى. [4]

إن معظم الاستثمار البريطاني استخدم في قطاعات التصدير وأن اتجاه قسم منه إلى البنية الأساسية لم يكن منفصلا عن الاهتمام بالصادرات في المستعمرات.

1- Raymond bertond, economie financiere international, paris, 1997, p91.

2- أشرف السيد حامد قبال، الاستثمار الأجنبي المباشر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2013، ص22.

3- أ. منور أوسرير، "حوافز الاستثمار الخاص المباشر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد 2، 2005، ص102.

4- رضا عبد السلام، "محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة"، مكتبة رضا عبد السلام للنشر، السعودية، الطبعة الأولى، 2006، ص80.

وعموما كان هدف الاستثمارات في هذه الحقبة هو استصلاح بلدان جديدة حيث نمت أكثر من نصفها في بلدان تلفت أفواج المهاجرين الأوروبيين، والجزء الآخر انصب على البنية الأساسية من أجل استغلال الثروات الطبيعية، وذلك بتطوير المواصلات والنقل لخدمة التصدير والاستيراد وبدأ الاستثمار الأجنبي المباشر مبكرا في مجال الاستخراج ولا سيما البترول في بعض بلدان الشرق الأوسط.[1] والجدول التالي يوضح توزيع الاستثمارات الأجنبية لسنة 1913.

الجدول رقم 01: توزيع الاستثمارات الأجنبية لسنة 1913

البلدان المستثمرة	المبلغ (مليار دولار)	النسبة المئوية	البلدان الرئيسة المستثمر فيها
بريطانيا	18	42	الإمبراطورية البريطانية (47%)، و.م.أ (20%)، أمريكا اللاتينية (20%)، أوروبا (6%)
فرنسا	5.8	19.3	أوروبا (61%)، روسيا (25%)، الإمبراطورية الفرنسية (9%).
ألمانيا	6	13.7	أوروبا الوسطى (53%)، أمريكا اللاتينية (16%)، أمريكا الشمالية (15%).
الولايات المتحدة	3.5	7.7	كندا، أمريكا اللاتينية
دول مختلفة:	7.5	17	–
بلجيكا	2	–	كونغو، أوروبا الغربية، روسيا.
هولندا	2	–	أوروبا.
سويسرا	1	–	أوروبا
المجموع	44	%100	–

المصدر: جيل برتان، "الاستثمار الدولي"، ترجمة علي مقلد، منشورات عويدات، بيروت ط2، ص18.

ويبين الجدول السابق الترتيب الذي كانت تحتله القوى الأوروبية على الساحة الاقتصادية العالمية بمعناها الواسع رغم أن الأنشطة الاقتصادية كانت تتم معظمها من وإلى الدول الأوروبية نفسها، إلا في حالات قليلة أيسن كانت يتخلل هذه الأنشطة المتمركزة في أوروبا عمليات دخول أو خروج استثمارات نحو القارة الأمريكية.

1- جيل برتان، "الاستثمار الدولي"، ترجمة علي مقلد، منشورات عويدات، بيروت ط2، ص ص15-19.

2- المرحلة الثانية (1914-1944):

تميزت هذه المرحلة بتراجع الاستثمار الأجنبي بشكل كبير، وكانت الدوافع وراء ذلك ترجع إلى:

- ظروف الحرب والاضطرابات وعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي.
- انهيار قاعدة الذهب وما صاحب ذلك من زيادة انكماش حجم الأطراف الخاص.
- تصفية الاستثمارات المملوكة للدول المتضررة من الحرب ومن ركود التجارة وكذا الحروب التجارية.

وكان الاستثمار الأجنبي متمركز أساسا على الاستثمارات النفطية وتزايد الاستثمارات المتجهة لبناء السكك الحديدية لهذا الغرض وشهدت الفترة تنامي وتصاعد قوة الولايات المتحدة الأمريكية وتراجع سيطرة المملكة المتحدة في السيطرة على الاستثمار الجنبي المباشر[1].

3- المرحلة الثالثة (1945-2000):

فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى نهاية الثمانينات (1945-1979) شهد الاستثمار الأجنبي المباشر توسعا كبيرا وبالأخص بعد منتصف الخمسينات مع ازدهار ونمو التجارة العالمية. ونشير أن قابلية التحويل بين العملات الوطنية في ظل اتفاقية برينتون وودز كان إجراءا عمليا لتسهيل المدفوعات الناتجة عن عمليات في ميزان المدفوعات، وليس لغرض تسهيل تدفق رؤوس الأموال الأجنبية، وظلت القيود على تحركات رؤوس الأموال العالمية قوية عمليا في بعض الدول الصناعية حتى الثمانينات، إضافة إلى الحواجز المفروضة من قبل الدول النامية حديثة العهد بالانتقال على الاستثمار الأجنبي الذي اعتبرته انتفاضا في سيادتها السياسية والاقتصادية، ومن ثم اتجهت إلى وضع القيود على هذه الاستثمارات وفضلت عليها الفروض البنكية لأنها تعتبرها أقل تكلفة من الاستثمار المباشر، حيث يزول عبئها الخارجي من حيث تستثمر خدمة الاستثمار المباشر فيما يتعلق بتحمل أعبائه وتحويل أرباحه[2].

وخلال هذه المرحلة ظهرت مجموعة من الدول النامية مثل الأرجنتين والبرازيل وكوريا الجنوبية والهند كمصدر لتدفقات الاستثمارات الأجنبية إلى الخارج والتي اتجهت نحو البلدان المجاورة[3].

وقد شهدت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر تنمو متسارع خلال العقدين التاليين حيث زادت تدفقاته بنحو ثلاثة أضعاف خلال الفترة 1982-1990 لتصل إلى 203 مليار دولار مقابل نحو 59

1- منور أوسرير، مرجع سبق ذكره، ص103.

2- المرجع السابق مباشرة، ص ص103-104.

3- محمد بن ناصر الجديد، أنواع الاستثمار الأجنبي المباشر، دار المناهل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص150.

مليار عام 1982، وثم زادت بنحو سبعة أضعاف خلال الفترة 1990–2000 لتصل إلى نحو 1411 مليار دولار سنة 2000.

المرحلة الرابعة: الاستثمار الأجنبي المباشر من سنة (2007 حتى الآن).

سجل الاستثمار الأجنبي المباشر سنة 2007 أرقام قياسية فاقت تلك المسجلة سنة 2000 لتبلغ 1933 مليار دولار وهذا إلى غاية السداسي الثاني من نفس السنة أين انفجرت الأزمة المالية ابتداءا من الولايات المتحدة الأمريكية لتنتهي سنة 2007 بانخفاض إلى 1697 مليار دولار عام 2008.

وفي سنة 2010 هبوط تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة بنسبة 37% مع نهاية سنة 2009 لتبلغ 1114 مليار دولار، بينما انخفضت التدفقات الصادرة بنحو 43% لتصل إلى 1101 مليار دولار ليشهد بعد ذلك الوضع انتعاشا متواضعا.

المطلب الثالث: أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر

إن أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة تكمن في الدور الذي تمارسه على النمو والتنمية في البلاد المضيفة كما أنها تحمل معها خصائص الاقتصاد النابعة منه، ونظرا لأهمية أصبحت كفاءة النظام الاقتصادي لدولة ما تقاس بمدى قدرته على جذب الاستثمارات الأجنبية وإقامة المشروعات التي توفر فرص العمل وتنشيط حركة الصادرات ويمكن تلخيص أهمية الاستثمار الأجنبي في:

- الاستثمار الأجنبي مصدر لتعويض العجز في الادخار المحلي وتحقيق زيادة في معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي فأحد الأهداف الرئيسية لاستقطاب رأس المال الأجنبي هو إقامة مشروعات إنتاجية في كافة المجالات الصناعية والزراعية والخدمة التي يهدف إلى إنتاج سلع وخدمات ذات ميزة تنافسية لتصدير وتكون مؤهلة للقبول بالأسواق العالمية.
- الاستثمار يعتبر المحرك الأساسي لعملية التصدير وهذا ما تكتسبه تجارب الدول.
- الاستثمار الأجنبي المباشر يأتي بالتكنولوجيا الحديثة والخبرة الإدارية والتسويقية الجديدة.

ويمكن تحديد الأهمية حسب بوسري (Bussery) وشارتوا (Chartois) كما يلي:

- أهم دور للاستثمار يكون على المدى الطويل فهو المحرك الوحيد والرئيسي للنمو فهو ذو بعد في المستقبل.
- وله أهمية في استغلال المصادر الهامة والطاقات والقدرات للنشاط فالاستثمار يعتبر عامل رئيسي للتنمية والنمو الاقتصادي حيث ساهمت الاستثمارات في الوصول إلى مستوى معيشة مرتفع في الدول المتقدمة وبعض الدول النامية[1].

1– منصوري الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2013، ص42.

- أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة بالنسبة للشركات غير الوطنية: فهذه الدوافع السعي إلى الحصول على الموارد الطبيعية حيث تهيمن على الاستثمار الأجنبي المباشر في أنشطة العمليات الرئيسية السابقة للإنتاج مثل (التنقيب والاستخراج) فقد تسعى الشركة غير الوطنية إلى الحصول على الموارد، من أجل تلبية احتياجاتها.
- دوافع البحث عن الأسواق: وتدخل دوافع البحث عن الأسواق أساسا ضمن الدوافع المحركة لأنشطة العمليات المتممة للإنتاج في الخارج، حيث تعتبر تلك الأنواع من الاستثمارات عوضا عن الواردات.
- دوافع البحث عن الكفاءة في الأداء: هناك أيضا دوافع السعي إلى تحقيق الكفاءة في الأداء الذي تسعى الشركات متعددة الجنسيات إلى تحقيقه، وينطبق أساسا على الاستثمارات في مجال عمليات التجهيز وغيرها.
- كما تساهم الاستثمارات الأجنبية المباشرة في سد أربع فجوات رئيسية في اقتصاد الدول النامية.
  - فجوة المدخرات المحلية اللازمة لتمويل البرامج الاستثمارية الطموحة.
  - فجوة النقد الأجنبي اللازم لاستيراد الآلات والمعدات والخبرات الفنية في عملية التنمية.
  - الفجوة التكنولوجية حيث تقوم فروع الشركات متعددة الجنسيات بتوفير احتياجات الشركات الوطنية من الآلات والمعدات والمساعدات الفنية بشروط ميسرة في السوق المحلي مما يساعد في تحويل الاقتصاد النامية إلى الإنتاج الصناعي.
  - الفجوة بين الإيرادات العامة والنفقات العامة حيث تؤدي الاستثمارات الأجنبية إلى حصول الدولة المضيفة على الإيرادات الجديدة، في صورة جمركية، وضرائب على الأرباح تزيد من إمكانياتها على الإنفاق، ومن ثم سد فجوة الإيرادات التي تعاني منها[1].
- رفع معدل الاستثمار بالدول النامية من خلال تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر ومن خلال جذب المدخرات المحلية إلى الأنشطة الأساسية أو الأنشطة المكملة ومن ثم ارتفاع عوائد الملكية وهو ما يدفع بدوره إلى زيادة المدخرات وبالتالي الاستثمارات.

1- أشرف السيد حامد قبال، مرجع سبق ذكره، ص ص21-29.

المطلب الرابع: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر.

يمكن أن نميز في الاستثمار الأجنبي المباشر بين ثلاث أنواع أساسية وهي:

أولا- الاستثمار المشترك:

ويرى "كولد" أن الاستثمار المشترك هو أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشارك فيه طرفان أو أكثر من دولتين بصفة دائمة، والمشاركة هنا لا تقتصر على الحصة في رأس المال بل تمتد أيضا إلى الإدارة، الخبرة، وبراءات الاختراع أو العلامات التجارية...إلخ[1].

كما أنه في حالة اشتراك طرف أجنبي أو أكثر من طرف محلي للقيام بإنتاج سلعة جديدة أو تنمية السوق أو أي نشاط إنتاجي أو خدماتي آخر سواء كانت المشاركة في رأس المال أو بالتكنولوجيا فإن هذا يعتبر استثمارات مشتركا.

- كما يمكن تعريفه أيضا على أنه استثمار يشارك فيه طرفان أو أكثر من دولتين مختلفتين ويمكن أن تأخذ المشاركة حصة في رأس المال أو الإدارة أو الخبرة ويمكن أن تمتد إلى براءات الاختراع[2].
- ومن التعاريف السابقة يمكن القول أن:

الاستثمار المشترك هو اتفاق طويل الأجل بين طرفين الأول وطني (المضيف) والآخر أجنبي لممارسة نشاط إنتاجي داخل دولة الطرف المضيف.

ثانيا- الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي:

في هذا النوع من الاستثمار احتفاظ المستثمر الأجنبي بحق الملكية للمشروع الاستثمار، واحتفاظه كذلك بحق إدارته والتحكم في كل عملياته وهي أكثر الأنواع تفضيلا لدى الشركات متعددة الجنسيات، بحيث تقوم باستثمار جزء من رأس مالها في دولة أخرى من خلال مشروعات إنتاجية أو خدمية مملوكة لها بالكامل وهي المسؤولة عن العمليات الإدارية والإنتاجية والتسويقية.

وتكون هناك درجة المخاطرة عالية نسبيا مقارنة بالاستثمار المشترك، وتستطيع الشركات الدولية امتلاك مشاريع استثمارية في البلد المضيف عن طريق شراء شركة محلية قائمة بتجهيزاتها وتقنياتها وخطوطها الإنتاجية، واستخدام العمالة الموجودة فيها، إذ سمحت الأنظمة السائدة في البلد المضيف بذلك، أو عن طريق قيام الشركة الدولية بإنشاء شركة جديدة بالكامل في البلد المضيف استنادا على دراسات الجدوى الاقتصادية المنجزة والخاصة بهذا الإنشاء أو الاستثمار[3].

1- عبد السلام أبو قحف، الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2003، ص15.

2- عمر حامد، إدارة الأعمال الدولية، الآتية الأكاديمية، القاهرة، 1999، ص60.

3- علي إبراهيم الخضر، إدارة العمال الدولية، دار رسلان للنشر، دمشق، الطبعة الأولى، 2007، ص52.

وتمثل مشروعات الاستثمار المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي أكثر أنواع الاستثمارات الأجنبية تفضيلا لدى الشركات متعددة الجنسيات ويرجع هذا إلى عدد من الأسباب ستتضح فيما بعد وتجدر الإشارة إلى أن هذه المشروعات تتمثل في قيام الشركات متعددة الجنسيات بإنشاء فروع للإنتاج والتسويق أو أي نوع آخر من أنواع النشاط الإنتاجي أو الخدمي بالدولة المضيفة[1].

ثالثا- الاستثمارات الأجنبية المباشرة متعددة الجنسيات (الشركات متعددة الجنسيات).

تعتبر الشركات متعددة الجنسيات بمثابة القاطرة التي تجر وراءها الاستثمار الأجنبي المباشرة نحو أقاليم العالم المختلفة وقد تعددت التعاريف الخاصة بها حيث أن التسميات العديدة التي تطلق على الشركات ناجم بالأساس عن اختلاف وجهة النظر بخصوصها وحتى بخصوص تعريفها[2].

وتعرف الشركات متعددة الجنسيات على أنها الشركات ذات رؤوس أموال ضخمة، تملك أعمالا ووسائل إنتاج في أكثر من دولة ويدير نشاطها على المستوى الدولي مجلس غدارة يتخذ من الوطن الأم مركزا رئيسيا لها[3].

تتمثل الشركات المتعددة الجنسيات قوة اقتصادية كبيرة في العالم وتمثل مكانة أقوى في البلدان النامية من حيث تحقيق التنمية الشاملة من خلال خلق فرص للعمالة وتحسين مستوى الدخول وارتفاع تحسين الإنتاجية وتنمية المنافسة المحلية وبالتالي زيادة حجم المنافسة بين الشركات العالمية سواء كانت وطنية أو أجنبية حيث تستطيع الشركات المتعددة الجنسيات بما لديها من موارد مالية ضخمة سد الفجوة بين احتياجات الدول النامية من رؤوس الأموال اللازمة لتمويل المشروعات التنموية وبين حجم المدخرات أو الأموال المتاحة محليا[4].

والجدول التالي يوضح تأثير الشركات متعددة الجنسيات على التنمية الشاملة.

1- عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1991، ص370.

2- فليح حسن خلف، اقتصادية المعرفة، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2007، ص173.

3- موسى السعيد مطر وآخرون، التمويل الدولي، دار الصفاء، ، عمان، الطبعة الأولى ,2008، ص179.

4- أحمد عبد العزيز وآخرون، الشركات المعددة الجنسيات وأثرها على الدول النامية، مجلة الإدارة والاقتصادية، العراق، العدد 28، 2010، ص ص127-128.

الجدول رقم 02: تأثير الشركات متعددة الجنسيات على التنمية الشاملة

المنافع	أسباب وعوامل تساعد على تحقيق المنافع	الآثار الأولية	الآثار الثانوية
1- زيادة تدفق رؤوس الأموال والأثر على ميزان المدفوعات.	- استغلال الموارد المحلية. - فتح أسواق جديدة. - عدم تحويل جزء كبير من الأرباح. - عدم تطبيق سياسة متعسفة بالنسبة لأسعار التحويل. - بناء علاقات اقتصادية بين قطاعات النشاط الاقتصادي المختلفة.	تحسين متوقع لميزان المدفوعات وزيادة المتحصلات من النقد الأجنبي.	تحسين المقدرة والنمو الاقتصادي والسياسي نتيجة الاستخدام الفعال والمنتج للموارد الاقتصادية وانخفاض الأسعار وزيادة الصادرات وتدعم الاستغلال الاقتصادي وتنمية أو خلق هوية مستقلة للدول المضيفة بين دول العالم.
2- تنمية الناتج القومي.	- استيراد عدد أو كمية قليلة من مستلزمات والمواد الخام. - بصفة عامة لا تدخل الشركات الأجنبية في نفس مجالات النشاط الاقتصادي التي تمارسه الشركات الوطنية وهذا يضمن عدم خروج أي شركة وطنية من السوق.	احتمال خروج بعض (أو عدد قليل) من الشركات الوطنية.	تحسين المقدرة أو النمو الاقتصادي والسياسي بالدول المضيفة نتيجة: - زيادة حاصلات الدولة من الضرائب على الأرباح وتنمية الملكية الوطنية وخلق طبقات جديدة من رجال الأعمال. - اختفاء بعض الأنواع من المنتجات الوطنية من الأسواق (وإن كان هذا يعتبر ضربا من ضروب الاستثناء أو التوقع). - تحسين المقدرة التنافسية والإنتاجية للشركات الوطنية عن طريق إدخال تحسينات على طرق الإنتاج والإدارة أو قيام هذه الشركات بتقليد الشركات متعددة الجنسيات.
3- نقل التكنولوجيا.	- تقديم برامج تنمية وتدريب للموارد البشرية حتى في حالة تركيز الشركات متعددة	الاستثمار المباشر عن طريق الشركات متعددة الجنسيات	- تنمية المهارات والمعرفة الحالية. - إدخال أنواع جديدة من المهارات والمعارف في شتى ميادين النشاط

	الجنسيات لأنشطة وبرامج التنمية والبحوث في وطنها الأم. – إدخال التكنولوجيا المتقدمة من خلال تشجيع الحكومات المضيفة للشركات متعددة الجنسيات.	تساهم في نقل قدر ملموس من المعرفة أو التقنية التكنولوجية إلى الدول المضيفة (بالمقارنة بالأساليب الأخرى) هذا بالإضافة إلى استمرارية التحديث والتطوير التكنولوجي لهذه الدول.	الاقتصادي.– اكتساب مهارات ومعارف جديدة من خلال تقليد العمالة الوطنية لنظيرتها الأجنبية في كافة المجالات (الفنية والإدارية). – تدعيم وتنمية الروابط الاقتصادية بين قطاعات النشاط الاقتصادي. – تقديم منتجات جديدة بمستوى عال من الجودة وبأسعار منخفضة.
4– إدخال أنماط جديدة للاستهلاك.	– تنمية وخلق المنتجات والأسواق الجديدة. – تطوير وتغيير المنتجات وبرامج وخطط التسويق وسياساته. الاحتكار.	التأثير على أنماط الاستهلاك.	تحسين الموقف الاقتصادي للدول النامية كنتيجة لإدخال منتجات جديدة أو تطوير وتنمية استخدامات المنتجات الحالية ونشر أو إدخال أساليب تسويقية حديثة وتقديم والمساهمة في بناء وتنمية معايير أو مستويات إنتاجية وإدارية جديدة (من حيث الكم والجودة)، رفع إنتاجية العمالة الوطنية ورأس المال الوطني، تنويع المنتجات وإتاحة فرص وبدائل متعددة أمام المستهلك لاختيار من بينها.

المصدر: عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ط2، 1991، ص46–47.

المبحث الثاني: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر ومحدداته وحوافزه.

المطلب الأول: النظريات المفسرة لقيام الاستثمار الأجنبي المباشر

لقد توالت النظريات التي حاولت تفسير ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر وكل نظرية كانت لها رؤيتها الخاصة في تفسير هذا النوع من الاستثمارات وفيما يلي أهم النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر.

أولا: النظرية الاقتصادية الكلاسيكية Classical Theory:

التحليل الكلاسيكي يتميز بجملة من العوامل التي ينطلق منها وهي: الدعوة إلى الحرية وعدم تدخل الدولة والمنافسة التامة في السوق وعدم وجود أي عوائق في حركة رؤوس الموال وعناصر الانتاج، ومن بين رواد المدرسة الكلاسيكية ديفيد ريكاردو David Ricardo الذي أسس في عام 1871 نظرية الميزة النسبية الذي يرى أن انتقال رأس المال من البلد الذي يتميز بإنتاجية رأس المال العالية إلى البلد الذي يتميز بإنتاجية رأس المال ضعيفة[1].

يفترض الكلاسيك أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تنطوي على الكثير من المنافع غير أن هذه المنافع تعود في معظمها على الشركات متعددة الجنسيات أما الاستثمارات من وجهة نظرهم هي بمثابة مباراة من طرف واحد حيث أن الفائز بنتيجتها الشركات متعددة الجنسيات وتستند وجهة نظر الكلاسيك إلى عدة مبررات من بينها:

1 –ميل الشركات متعددة الجنسيات إلى التحويل لأكبر قدرة ممكن من الأرباح المتولدة من عملياتها إلى الدولة الأم بدلا من إعادة استثمارها في الدولة المضيفة.

2 –إن ما تنتجه الشركات متعددة الجنسيات قد يؤدي إلى خلق أنماط جديدة للاستهلاك في الدول المضيفة لا تتلاءم مع متطلبات التنمية الشاملة في هذه الدول.

3 –وجود الشركات الأجنبية قد يؤثر على سيادة الدولة المضيفة واستقلالها من خلال خلق التبعية الاقتصادية والتبعية السياسية[2].

وإن هذه النظرية يمكن أن تقدم تفسيرا للاستثمار في الأوراق المالية ولكنها.

تعجز عن تقديمها لتفسيرات في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر بشكل مقنع للأسباب التالية[3]:

1– عدنان داود محمد العذاري، مرجع سبق ذكره، ص61.

2– عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوي الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص32.

3– عبد الرزاق محمد حسين الجبوري، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2014، ص ص51–52.

أ –إن الاستثمار الأجنبي المباشر لا يتضمن بالضرورة تحركات رأس المال الدولي، فالشركات متعددة الجنسيات تلجأ إلى زيادة حجم الاستثمارات المباشرة عن طريق الاقتراض في الدول المضيفة.

ب لم تستطع النظرية التمييز في الاستثمار الأجنبي المباشر والغير المباشر.

وهذه النظرية تعامل الاستثمار الأجنبي من زاوية تدفق رأس المال المالي ولم تأخذ بعين الاعتبار مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يتضمن إضافة إلى رأس المال التكنولوجيا والمهارات، الإدارة وغيرها.

ثانيا: نظرية عدم كمال السوق:

تقوم النظرية على افتراض غياب المنافسة الكاملة في أسواق الدول النامية بالإضافة إلى نقص المعروض من السلع فيها[1].

كما أن الشركات الوطنية في الدول المضيفة لا تستطيع منافسة الشركات الأجنبية في مجالات الأنشطة الاقتصادية أو الإنتاجية المختلفة او حتى فيما يختص بمتطلبات ممارسة أي نشاط وظيفي آخر لمنظمات الأعمال.

وفي هذا الشأن يرى "هودونج" أنه في حالة سيادة المنافسة الكاملة في أحد الأسواق الأجنبية فإن هذا يعني انخفاض قدرة الشركة الأجنبية على التأثير أو التحكم في السوق حيث توجد حرية كاملة أمام أي مستثمر للدخول في السوق[2].

كما يفترض هذا النموذج النظرة الشمولية لمجالات الاستثمار الأجنبي فضلا على أن تملك المطلق لمشروعات الاستثمار هي الشكل المفضل لاستغلال جوانب القوة لدى الشركات متعددة الجنسيات[3].

الانتقادات الموجهة لنظرية عدم كمال السوق.

هناك عدة انتقادات من بينها:

– هذه النظرية لم تقدم أي تفسير مقبول حول تفضيلات الشركات متعددة الجنسيات للتملك المطلق لمشروعات الاستثمار الإنتاجية كوسيلة لاستغلال جوانب القوة أو المزايا الاحتكارية لهذه الشركات في الوقت التي يمكنها تحقيق ذلك من خلال أشكال أخرى للاستثمار أو العمليات الخارجية كالتصدير وعقود التراخيص الخاصة بالإنتاج أو التسويق.

1– عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص32.

2– عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سبق ذكره، ص393.

3– منور أوسرير، مرجع سابق، ص108.

- افتراض هذه النظرية أن أفضل الاستثمارات هي الاستثمارات المملوكة بالكامل للشركات المتعددة الجنسيات دون تقديم براهين مقبولة، إذا لم استغلال المزايا الاحتكارية لهذه الشركات الأجنبية من خلال الاستثمار في الأشكال الأخرى للاستثمار.
- كما يمكن القول بأن مدى إمكانية أو واقعية نظرية عدم كمال السوق في تحقيق أهداف الشركات متعددة الجنسيات شروط بمدى مرونة وتعدد الشروط والإجراءات الجمركية والضوابط التي تضعها حكومات الدول المضيفة النامية أو المتقدمة[1].

ثالثا- نظرية الحماية (The protection Theory).

إن ظهور هذه النظرية كان نتيجة للانخفاضات التي رافقت الافتراضات التي قامت عليها نظرية عدم كمال السوق، فمن ناحية أن تحقيق استخدام أمثل لغرض التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر بما يتلاءم وأهداف الشركات متعددة الجنسية لا يمكن تحقيقه بمجرد عدم تكافؤ المنافسة بين هذه الشركات والشركات الوطنية.

وتفي الحماية الإجراءات الوقائية التي تعمل شركات الاستثمار الأجنبي المباشر على اتخاذها لضمان عدم تسرب المعلومات والأسرار الفنية والابتكارات الحديثة في مجالات الإنتاج والتسويق إلى جهات محلية في أسواق البلدان المضيفة بطرق أخرى غير الاستثمار الأجنبي المباشر أو عقود التراخيص والإنتاج ولأطول مدة ممكنة[2].

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

ومن بين الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- إهمالها لأهمية المزايا المكانية كعامل هام محدد للاستثمار في الخارج وعدم اهتمامها بالقيود المفروضة على التجارة الخارجية والسياسات الاقتصادية التي تتبعها الدول المضيفة للاستثمار والتي يمكن أن تؤثر سلبا على الممارسات الوقائية التي تتخذها الشركات متعددة الجنسيات لحماية أنشطتها[3].

رابعا- نظرية دورة حياة المنتج:

تقدم هذه النظرية تفسير لأسباب انتشار الاستثمارات الأجنبية المباشرة في البلدان النامية بصفة خاصة والبلدان المتقدمة بصفة عامة، وتحاول أن توضح دوافع الشركات متعددة الجنسيات من وراء

1- عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سبق ذكره، ص396.

2- عبد الرزاق محمد حسين الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص63.

3- أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في البنية الاقتصادية العربية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص31.

الاستثمارات الأجنبية المباشر من جهة وأسباب وكيفية انتشار الابتكارات والاختراعات الجديدة خارج حدود البلد الأم من جهة أخرى[1].

ونظرية دورة حياة المنتج كما وصفها فيرنون 1966 هي بكل بساطة عبارة عن منافسة للتغيرات المتعلقة بالعوامل الراجعة إلى الموقع النشاط عبر الزمن[2].

وكما عرض ريموند فيرنون Raymond Vernon من جامعة هارفارد الأمريكية نظرية دورة حياة المنتج التي أكدت على أن دورة حياة المنتج تمر بأربع مراحل متتابعة وهي:

1 –مرحلة إعداد المنتج أو تقديمه (مرحلة المنتج الجديد):

ففي هذه المرحلة من أجل انتشار المنتج الجديد يستلزم الأمر تحصيص نفقات للبحث والتطور وكذلك توفير الموارد البشرية والمؤهلة فضلا عن ذلك يجب أن تؤخذ تكاليف هذه العملية بعين الاعتبار ويجب أن يؤمن السوق المحلي منافذ واسعة للمبيعات باعتبار أن كبر حجم السوق يترتب عليه أن يكون الطلب مرتفعا ومن هنا نستنتج أن المنتج الجديد في المرحلة الأولى يكون في الدول ذات الطلب الفعال وسوق واسع وكذلك تكنولوجيا عالية[3].

تتصف هذه المرحلة بالإنفاق الكبير حيث تعود الشركة المنتجة حملات إعلانية مكثفة عند إدخال المنتج إلى السوق بهدف خلق حالة من الوعي والولاء للعلامة التجارية الجديدة.

2 –مرحلة النمو: تبدأ هذه المرحلة عندما تبدأ المنافسة بالظهور ويشهد المنتج عملية نمو سريع حيث يزيد المنتج على الطلب بصورة كبيرة ويتم الإقبال على شراء السلع في السوق المحلي وتقوم الشركة بتصديره إلى الأسواق المجاورة للاستفادة من تقارب الذواق والعادات ويبدأ الطلب بالزيادة داخل السوق الخارجية وتقوم بدورها استغلال والاستفادة من الفرص المقدمة.

3 –مرحلة النضج: ويتم في هذه المرحلة النضج تخفيض التكاليف المتعلقة بالمنتوج ويزداد الطلب عليه ومنه إن تحليل الشركات قد يؤكد على أنها تمتاز بمنتج ذو تكنولوجيا عالية مما يسمح لها بتصديره إلى الأسواق الخارجية ويتم إنتاجه في الدول المتقدمة وأصبح المستهلك نتيجة تجربة الناجحة مع المنتج يكرر شراؤه وفي إطار التخطيط للمرحلة المقبلة تعمل الشركة على تعزيز مكانتها في السوق المحلي والخارجي والمحافظة على أرباحها ومبيعاتها، حيث تبدأ بتطوير إستراتيجياتها الترويجية لأن الوضع أصبح مهددا بدخول منافسين جدد، وعندها تفقد الشركة احتكارها التكنولوجي وتصل غلى المرحلة الأخيرة وهي مرحلة التدهور.

1– عبد الرزاق محمد حسين الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص60.

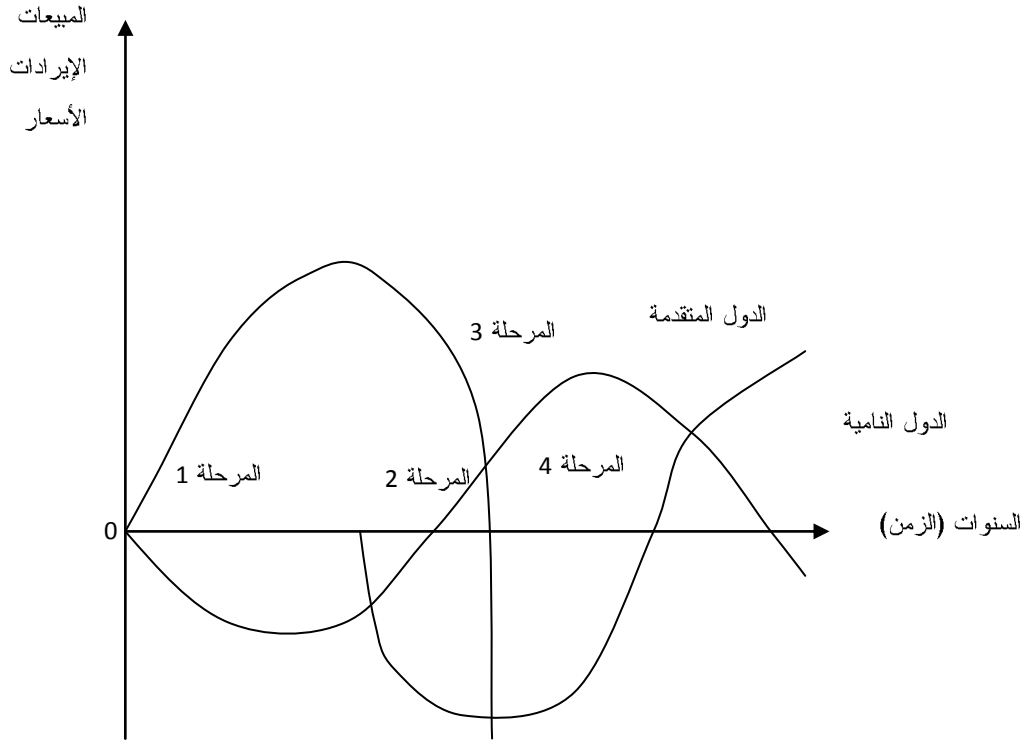
2– رضا عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص49.

3– عدنان داود محمد العذاري، مرجع سبق ذكره، ص66.

4 –مرحلة التدهور: وهي المرحلة النهائية في دورة المنتج حيث يصبح المنتج نمطي من غير الممكن تمييزه عن غيره من المنتجات سواء بالدولة الأم أو بالدول التي تم الانتقال إليها، فتنخفض الأسعار أكثر فأكثر نظرا للمنافسة حيث سينمو عد المقلدون للمنتج، ومن ثم يصبح العرض أكثر من الطلب.

وهنا تبدأ الشركات في البحث عن أماكن أخرى أكثر أهمية خاصة تلك التي تتميز بتكلفة العمل منخفضة.

شكل رقم 01: دورة حياة المنتج الدوليI

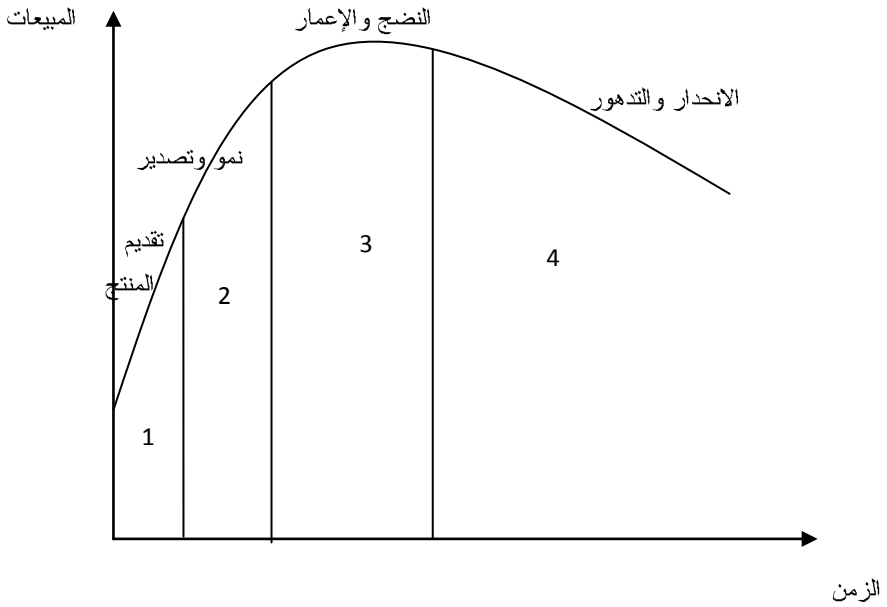


الولايات المتحدة الأمريكية (الدولة المقترحة)

المصدر: عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ط2، 1991، ص401.

يوضح هذا الشكل ثلاث منحنيات لمراحل دورة حياة منتج دولي I حيث كل منحنى يمثل دورة حياة نفس المنتج.

شكل رقم 02: دورة حياة المنتج الدولي II



المصدر: عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ط2، 1991، ص401.

المرحلة 1: بداية الإنتاج وهي مرحلة البحوث والابتكارات للولايات المتحدة الأمريكية.

المرحلة 2: تبدأ الدول المتقدمة بالأخرى في إنتاج السلع وتصديرها.

المرحلة 3: مرحلة النمو في الإنتاج والتسويق المحلي والدولي.

المرحلة 4: انخفاض المزايا التنافسية للولايات المتحدة الأمريكية، وأصبح المنتج نمطي.

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- انتقدت نظرية دورة حياة المنتج في عدم تقديمها تفسيرا مقبولا لأسباب تفضيل الشركات متعددة الجنسيات للتملك المطلق للمشروعات الإنتاجية خارج الدولة الأم كوسيلة لتحقيق الأرباح في الوقت الذي توجد فيه بدائل أخرى للاستثمار والعمليات الخارجية كعقود التراخيص الخاصة بالإنتاج والتسويق.
- صعوبة تطبيق مراحل دورة المنتج على جميع المنتجات مثلا صعوبة تقليد ابتكار المنتج من طرف الدول الأخرى.

خامسا: النظرية الانتقائية لجون دينج:

تركز الاهتمام خلال الحقبتين الماضيتين على النظرية الانتقائية في تفسير الاستثمار الأجنبي المباشر لجون دينج، اعتمد النموذج الانتقائي كل دراسات ونظريات المنظمات الصناعية (مميزات

الملكية) وتحليل تكاليف النقل (مميزات تدويل الإنتاج) ومفاهيم شديدة الارتباط بالاقتصاد السياسي المقارن والعلوم الاجتماعية الأخرى (العوامل الراجعة إلى الموقع) [1].

وطبقا للنظرية الانتقائية فإنه هناك ثلاث عوامل أساسية لابد من توفرها لاتخاذ قرار بالاستثمار الأجنبي المباشر هي:

- امتلاك الشركة لمزايا احتكارية (مزايا الملكية) في الخارج بالمقارنة مع الشركات المحلية في البلد المضيف مثل تملكها أصول ملموسة وغير ملموسة تعطيها مزايا تنافسية مقابل الشركات المحلية مثل: التسويق، التمويل، التقنيات المتطورة، المعرفة الفنية بالإضافة غلى مزايا الحجم والقدرة على التنويع في المنتج، وتحقيق اقتصاديات الحجم.
- مزايا الاستخدام الداخلي للمزايا الاحتكارية في شكل استثمار أجنبي مباشر في الخارج أفضل وأنفع للشركة من الاستخدام الداخلي للميزة عن طريق البيع والإيجار او الترخيص.
- مزايا الموقع أو المزايا المكانية للبلد المضيف والتي يجب أن تتفوق على شركات البلد الأم مثل الاستقرار السياسي، اتساع الأسواق، انخفاض أجور العمال، بنية أساسية مناسبة، وحوافز استثمارية مختلفة[2].

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

رغم كل المزايا لهذه النظرية فإن بكلي 1975 أثار إلى أن هناك العديد من المسائل لم تتمكن النظرية الانتقائية من حلها:

- أولا العلاقة بين هذه العناصر الثلاثة وتطورها عير الزمن يحتويها الغموض حيث تعرضت النظرية لكل عنصر من تلك العناصر بشكل منفرد دون الإشارة لعلاقة التأثير والتأثر فيما بينها.
- ثانيا: فإن معالجة فكرة مميزات الملكية على انفراد غير مجدية وعديمة القيمة لأن فكرة التدويل أو جعل السوق الدولية داخل إطار الشركة قادرة وكافية لشرح الظاهرة لأنه لا يمكن للشركة تدويل الإنتاج بدون مزايا راجعة لقدرات الشركة التكنولوجية والإدارية.
- كما قام كوجيما 1978 بانتقاد النظرية الانتقائية لكونها أكثر تركيزا على المسائل الكلية ومن ثم قليلة الفاعلية في عملية وضع القرار[3].

1- رضا عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص53.

2- عبد الرزاق حمد حسين الجبوري، مرجع ذكره، ص ص58-59.

3- رضا عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص57.

سادسا: نظرية الموقع ونظرية الموقع المعدلة:

تركز هذه النظرية على الدوافع والعوامل التي تدعو الشركات متعددة الجنسيات إلى الاستثمار في الخارج، وهي الدوافع المتعلقة بالمزايا المكانية للدول المضيفة للاستثمار.

إن العوامل الموقعية تؤثر على كل من قرار الشركة متعددة الجنسيات بالاستثمار الأجنبي المباشر في إحدى الدول المضيفة وكذلك على قرارها الخاص بالمفاضلة بين هذا النوع من الاستثمار وبين التصدير لهذه الدولة وغيرها من الدول المضيفة[1].

ويؤكد عدد من الاقتصاديين على أن هذه النظرية تركز على المتغيرات البيئية في البلد المضيف التي ترتبط بالعرض والطلب والتي تؤثر على الأنشطة الإنتاجية والتسويقية والبحث والتطوير للشركات الأجنبية[2].

أدخلت تعديلات على نظرية الموقع من قبل الاقتصاديين (روبوك وسيموندس) وأطلق عليها نظرية الموقع المعدلة وتستند هذه النظرية على النظرية السابقة إلى حد كبيرلا أي أنها تتماثل معها مع إضافة بعض العوامل إلى ما سبق المجموعة الأولى من العوامل تشتمل على المتغيرات الشرطية وتتمثل في خصائص المنتج والخصائص المميزة للبلد المضيف وعلاقاته مع البلدان الأخرى، والمجموعة الثانية تشكل في العوامل الدافعة وتشتمل على خصائص المميزة للشركة، ومركزها التنافسي، أما المجموعة الأخيرة وتشتمل على العوامل الحاكمة فتتكون من الخصائص المميزة للبلد المضيف والخصائص المميزة للبلد المصدر[3].

ويمكن وصف هذه العوامل فيما يلي[4]:

- عوامل تتعلق بأسواق الدول المضيفة غير الكاملة وبما تملكه البلدان النامية من موارد أولية.
- عوامل تتعلق بالميزة المطلقة التي تكتسبها الشركات متعددة الجنسيات.
- عوامل تتعلق بأهداف الدول (الدولة الأم).
- عوامل تتعلق بالنشاط الإنتاجي سواء من جوانب التكاليف أو الأرباح.
- عوامل تتعلق بحماية اختراعات الشركات المتعددة الجنسيات
- عوامل تتعلق بأهداف الشركات متعددة الجنسيات في غزو أسواق الدول النامية وذلك بالتغلب على القيود المفروضة على التجارة الدولية[5].

1- أميرة حسب الله محمد، مرجع سبق ذكره، ص31.

2- عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مصدر سبق ذكره، ص403.

3- عبد الرزاق حمد حسين الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص ص57-58.

4- عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سبق ذكره، ص88.

5- سحنون فاروق، قياس أثر بعض المؤشرات الكمية الاقتصاد الكلي على الاستثمار الأجنبي المباشر، ماجستير غير منشورة ، جامعة فرحات عباس- سطيف-، 2010، ص40.

ويمكن تلخيص هذه العوامل من واقع إسهامات "روبوك وسيموندس" في الجدول التالي:

الجدول رقم 03: العوامل الشرطية والدافعية والحاكمة للاستثمارات الأجنبية.

العوامل الشرطية	الأمثلة
1- خصائص المنتوج.	نوع السلعة، استخدامات السلعة، درجة حداثة السلعة، متطلبات الإنتاج (الفنية، المالية، البشرية)، خصائص العملية الإنتاجية.
2- علاقات الدول المضيفة مع الدول الأخرى.	تضم النقل والاتصالات بين الدول المضيفة والدول الأخرى، الاتفاقات الاقتصادية، السياسية التي تؤثر على حركة أو انتقال رؤوس الأموال والمعلومات والبضائع...إلخ.
3- الخصائص المميزة للدول المضيفة.	طلب السوق المحلي، نمط توزيع الدخل، مدى توافر الموارد البشرية والطبيعية، مدى التقدم الحضاري، خصائص البيئة الاقتصادية...إلخ.
العوامل الدافعة	**الأمثلة**
1- الخصائص المميزة للشركة.	القوانين واللوائح الإدارية، نظم الإدارة والتعيين، سياسات الاستثمار، الحوافز الخاصة بالاستثمارات الأجنبية...إلخ.
2- الخصائص المميزة للدولة الأم.	القوانين واللوائح والسياسات الخاصة بتشجيع تصدير رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية، المنافسة، ارتفاع تكاليف الإنتاج.
3- العوامل الدولية.	الاتفاقيات المبرمة بين الدولة المضيفة والدولة الأم، المبادئ والمواثيق الدولية المرتبطة بالاستثمارات الأجنبية بصفة عامة.

المصدر: أبو قحف عبد السلام، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سبق ذكره، ص405.

من الجدول أعلاه يمكن أن نلاحظ تميز هذه النظرية عن باقي النظريات، حيث تم الإشارة في هذه النظرية إلى العوامل الدافعة لشركات متعددة الجنسيات للاستثمار الأجنبي في الدول المضيفة، ترجع للدولة الأم من خلال الضمانات والحوافز التي تقدمها الدول الأم لهذه الشركات وهذا نتيجة للعوامل البيئية التي تعاني منها الدول الأم منها حدة المنافسة في الأسواق المحلية، ارتفاع تكاليف العمالة...إلخ.

انتقادات نظرية الموقع المعدلة.

إن كثرة هذه العوامل في هذه النظرية قد تصعب للشركات متعددة الجنسيات في اتخاذ قراراتها فيما يخص القيام بالاستثمار وممارسة نشاطاتها الإنتاجية والتسويقية في الدول المضيفة[1].

1- أبو قحف عبد السلام، نظريات التدويل وجدوى الاستثمار الأجنبية، مرجع سابق، ص71.

المطلب الثاني: محددات الاستثمار الأجنبي المباشر.

إن عملية جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من قبل البلد المضيف تعتمد على العديد من المحددات التي تحدد القرار الاستثماري، وهذه المحددات تختلف باختلاف طبيعة المشروع الاستثماري وجنسية المستثمر، وتتمثل أهم المحددات فيما يلي:

أولا : حجم السوق واحتمال النمو:

يعد حجم السوق احتمال النمو من العوامل الهامة المؤثرة على قرار توطن الاستثمار الأجنبي فكبر حجم السوق الحالي أو المتوقع يؤدي إلى مزيد من تدفق الاستثمار الأجنبي، وهي المقاييس المستخدمة لقياس حجم السوق المحلية متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي وعدد السكان، فالمقياس الأول يمكن اعتباره مؤشرا للطلب الجاري، أما المقياس الثاني فيعد مؤشرا للحجم المطلق للسوق وبالتالي لاحتمالاته المستقبلية[1].

ثانيا : سياسات اقتصادية كلية مستقرة:

الاستقرار الاقتصادي والسياسي من أهم العوامل التي تؤثر في جذب المستثمرين وتدفعهم إلى ألقاء رؤوس استثماراتهم في بلد معين، حيث يعد هذا الاستقرار من أهم المؤشرات في القرار الاستثماري فتكون أولى الخطوات للمشروعات الأجنبية المباشرة التأكد من هذا المناخ الاستثماري وذلك من حيث وجود قيود لمراقبة العملة وسهولة أو صعوبة الإجراءات الحكومية وقوانين الاستيراد والتصدير والسماح للمستثمر الأجنبي بالتملك ومدى الانفتاح الاقتصادي وتفاعله ضمن الأطر الإقليمية الدولية[2].

كما أن الاستقرار السياسي يؤثر في جذب المستثمرين وجعلهم يتوطنون في دولة ما للاستثمار لأن المستثمر الأجنبي لا يقوم بالاستثمار في أي بلد إلا إذا توفر عامل الطمأنينة والاستقرار السياسي[3].

ثالثا : الإطار التشريعي والتنظيمي للاستثمار[4]:

إن وجود إطار تشريعي وتنظيمي يحكم أنشطة الاستثمار المباشر من العوامل الهامة المؤثرة على اتجاهات الاستثمارات الأجنبية، ولكي يكون الإطار التشريعي جذاب للاستثمار فلابد من توافر عدة مقومات من أهمها:

1- أميرة حسب الله محمد، مرجع سبق ذكره، ص35.

2- محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن, الطبعة الأولى، ، ص69.

3- فليح حسن خلف، التمويل الدولي، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2004، ص184.

4- أميرة حسب الله محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص37-39.

- وجود قانون موحد للاستثمار يتسم بالوضوح والاستقرار والشفافية وعدم التعارض من التشريعات الأخرى ذات الارتباط وأن يكون متوافقا مع القواعد والتنظيمات الدولية الصادرة لحكم وحماية المستثمر.
- وجود ضمانات كافية لحماية المستثمر من أنواع معينة من المخاطر مثل: التأميم المصادرة، فرض الحراسة، نزع الملكية، وتكفل له حرية تحويل الأرباح للخارج وحرية دخول رأس المال وخروجه فضلا عن أهمية وجود نظام يكفل حماية حقوق الملكية الفكرية.
- وجود نظام قضائي قادر على تنفيذ القوانين والتعاقدات وحل المنازعات التي تنشأ المستثمر والدولة المضيفة لكفاءة عالية.

رابعا : الحوافز المالية والتمويلية:

تلعب حوافز الاستثمار التي تمنحها الدول النامية للمستثمر الأجنبي دورا محددا في جذب الاستثمار الأجنبي، وتتمثل هذه الحوافز في: حوافز مالية، حوافز تمويلية، وحوافز أخرى.

- الحوافز المالية: وتتمثل في حوافز الضريبة بصفة أساسية ومن أهم أشكالها الإعفاءات الضريبية المؤقتة، ائتمانات ضريبة الاستثمار، الاستهلاك المعجل للوصول الرأسمالية المستوردة من الرسوم الجمركية أو من ضرائب الواردات الأخرى، بالإضافة إلى حوافز التصدير، علاوة على الحوافز الخاصة التي تطبق لتشجيع الاستثمار في المناطق الحرة لكل من مراحل الصادرات.
- الحوافز التمويلية: تتمثل الأنواع الأساسية منها في الإعانات الحكومية المباشرة التي تمنح لتغطية جزء من تكلفة رأس المال، الإنتاج، تكاليف التسويق المرتبطة بالمشروع الاستثماري، وفي الائتمان الحكومي المدعم، وكذلك مشاركة الحكومة في ملكية أسهم المشروعات الاستثمارية التي تتضمن مخاطر تجارية مرتفعة، تأمين حكومي بمعدلات تفضيلية لتغطية أنواع معينة من مخاطر مثل مخاطر أسعار الصرف أو المخاطر غير التجارية مثل التأميم والمصادرة.
- الحوافز الأخرى: تشمل المعاملة التفضيلية للاستثمار الأجنبي المباشر في مجالات الصرف الأجنبي مثل ضمان تحويل رأس المال والأرباح إلى الخارج، وتشمل أيضا تزويد المستثمر بالخدمات الأساسية، وتزويده بالمعلومات عن السوق، وتوفير المواد الخام وغيرها من الحوافز المختلفة[1].

1- المرجع السابق مباشرة، ص ص39-40.

المطلب الثالث: دوافع الاستثمار الأجنبي المباشر.

أولا : دوافع المستثمر الأجنبي[1]:

كثيرا ما تلجأ الشركات أو الأفراد إلى الاستثمار في دول اخرى غير البلد الأم سعيا منهم وراء تحقيق أهداف محددة يمكن تحقيقها، ومن أهم الهداف التي يؤمل تحقيقها من قبل المستثمرين ما يلي:

- الحصول على المواد الخام من الدول المستثمرة فيها والتي لم يكونوا سيجدونها في بلادهم بذات التكلفة، النحاس، الزنك، البترول...إلخ لأجل استخدامها في صناعاتهم، فتقام الاستثمارات في البلدان الغنية بهذه المواد لإقامة الإنشاءات اللازمة لاستخراج هذه المواد الأولية.
- الاستفادة من وفورات الحجم على مستوى الإنتاج.
- إيجاد أسواق جديدة لمنتجات وبضائع الشركات الأجنبية خاصة لتسويق فائض كبير في السلع الراكدة والتي لا تستطيع هذه الشركات تسويقها في موطنها.
- الاستفادة من ميزة انخفاض عناصر التكلفة في الدول المضيفة مثل رفض الأيدي العاملة.
- تقليل المخاطر التي يتعرض إليها استثمارات الشركات الأجنبية والتي يحملها الإنتاج في بلد واحد مثل: الحرب، التأميم، زيادة الرسوم الجمركية....
- الاستفادة من قوانين تشجيع الاستثمار والإعفاءات الضريبية التي تمنحها كثير من الدول المستثمر فيها من أجل جذب الاستثمارات الأجنبية إليها.
- الاستفادة من فرص تحقيق الربح في الدول المضيفة إذ أن الشركات الأجنبية قد تحقق أرباحا من استثماراتها الأجنبية تفوق بكثير أرباحها من عملياتها داخل وطنها.

ثانيا : دوافع الدولة المضيفة:

تسعى الدول المضيفة للاستثمار الأجنبي المباشر لتحقيق أهدافها ومن أهم هذه الدوافع [2]:

- تحقيق تقدم اقتصادي وجذب الاستثمارات الدولية.
- الحصول على التكنولوجيا المتقدمة وتوفير الإدارة الحديثة.
- المشاركة في حل مشكلة البطالة المحلية وتوظيف عوامل الإنتاج المحلية.
- إحلال الإنتاج المحلي محل الواردات.
- الاقتصاد التصديري من خلال الشركات الوافدة.
- تقديم مجموعة من المزايا الضريبية وغير الضريبية لتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر.

1- محمد عبد العزيز عبد الله عبد، مرجع سبق ذكره، ص ص25-28.

2- سناء مرغاد، تقييم سياسات الاستثمار في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر (2000-2013)، ماستر غير منشورة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص25.

- إنشاء صناعة جديدة.
- التوسع في الصناعات والخدمات كالسياحة والتأمين والمصارف.
- تنمية التجارة الخارجية وتحسين المركز التنافسي للدولة.

المبحث الثالث: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر.

تعمل الدول النامية والمتقدمة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر مستهدفة تحقيق مزايا عديدة غير أن هذه المزايا تصاحبها عيوب وآثار سلبية غير مرغوب فيها كما أن لكل استثمار مخاطر ففي هذا المبحث سنتناول آثار الاستثمار الأجنبي المباشر ثم مخاطره وسنناقش سبل مواجهة هذه المخاطر.

المطلب الأول: آثار الاستثمار الأجنبي المباشر (المزايا والعيوب).

تنافس معظم الدول لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر لإدراكها للمزايا التي ممكن أن تجنبها من هذا النوع لدفع عجلة النمو الاقتصادي لكن بالمقابل لا يعني ذلك أنه لا يخلو من العيوب ومنه سنتناول في هذا المطلب مختلف المزايا والعيوب

أولا: المزايا

تتمثل هذه المزايا فيما يلي:

- توفر مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر عملات أجنبية للدول النامية من خلال إقامة مشروعات إنتاجية لأغراض التصدير أو تحل محل الواردات وبالتالي تخفيف الحاجة لاستعمال العملات الأجنبية لتمويل الواردات واستغلالها لتمويل واردات جديدة يمكن أن تساهم في زيادة القدرة الإنتاجية في الاقتصاد من خلال استخدامها في إقامة مشاريع جديدة أو توسيع المشروعات القائمة التي تمكن الاقتصاد من زيادة قدرته الإنتاجية[1].
- يتم نقل التكنولوجيا بواسطة الاستثمار الأجنبي المباشر عن طريق تقديم حزمة كاملة تشمل نظم وأساليب التخطيط والتنظيم والإنتاج والتسويق ونشر التقدم التكنولوجي[2].
- تعاني الدول من قلة مهارات العاملين وقدراتهم الإدارية والتنظيمية وبالتالي يساعد الاستثمار الأجنبي المباشر على تفادي تلك المشكلة.
- تغير الاستثمار الأجنبي المباشر للدول المضيفة خاصة النامية منها أفضل وسيلة للجوء إلى الاقتراض من العالم الخارجي وللتخفيف من فجوة الادخار والاستثمار وبالتالي تحقيق قيمة مضافة أكبر من خلال استخدام الموارد المحلية والطاقات الإنتاجية غير المستغلة[3].

1- فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص175-176.

2- هناء عبد الغفار، الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية، بيت الحكمة، بغداد، الطبعة الأولى، 2002، ص267.

3- عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سبق ذكره، ص483.

- تؤكد الدراسات الحديثة الاقتصادية قدرة الاستثمارات الأجنبية المباشرة على زيادة حصيلة الدول المضيفة من النقد الأجنبي، وذلك بسبب ما لديها من موارد ضخمة وما يترتب على وجودها من ارتفاع في معدل تدفق وتنوع المساعدات والمنح المالية من المنظمات الدولية.
- الاستثمار الأجنبي المباشر له أثر كبير على ميزان مدفوعات البلد المضيف وتقصد بهذا الأثر حجم التغيرات نتيجة قيام الشركات عابرة القوميات بتحريك رؤوس الأموال للاستثمار الأجنبي المباشر وإنشاء الشركات المنتسبة من جهة وتلقي عوائد أو مدفوعات الاستثمار من جهة أخرى[1].

ثانيا: العيوب:

وتتمثل هذه العيوب فيما يلي:

- تتمتع الشركات الأجنبية المستثمرة بوضع احتكاري في أسواق الدول المضيفة وذلك راجع إما لانفراد تلك الشركات بإنتاج أو سلع متميزة لا يتوفر فيها بدائل في تلك الأسواق[2].
- تقوم مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر بتخفيض الأرباح التي يتحقق في سجلات الشركات من أجل التهرب الضريبي، وتقوم برفع كلفة براءات الاختراع أو العلامات التجارية أو تكاليف البحث والتطوير هذه الممارسات يصعب ملاحظتها والكشف عنها إضافة على ذلك الإعفاءات الضريبية التي تقدمها الدول المضيفة والتي تؤدي إلى تآكل إيرادات الدولة مما يؤثر سلبا على على الموازنة العامة[3].
- إن تدفقات رؤوس الموال الأجنبية تترك تأثيرات سلبية في أداء السياسة النقدية خاصة في الدول النامية من خلال تأثيرها على استقرار سعر الصرف ومعدل التضخم النقدي، فتدفق الأموال إلى الداخل يؤدي إلى تقييم عملة الدولة المضيفة بأكثر من قيمتها فتصبح أسعار الواردات منخفضة وأسعار الصادرات عالية، مما يؤدي إلى زيادة عجز الميزانية والبطالة وارتفاع معدل التضخم وانخفاض أسعار الصرف الحقيقية.

كما يمكن أن تساهم الاستثمارات الأجنبية المباشرة في تفاقم تلوث البيئة من خلال توطنها في بعض النشطة والصناعات الملوثة للبيئة مثل الصناعات البيتروكيماوية وصناعة الإسمنت والأسمدة، حيث تخضع هذه الاستثمارات الأجنبية في دولها لمعايير بيئية مشددة، في حين لا يوجد أدنى اهتمام بذلك في معظم الدول النامية[4].

1- هناء عبد الغفار، مرجع سبق ذكره، ص277.

2- المرجع السابق مباشرة، ص191.

3- خليل محمد خليل عطية، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية، مجلة مصر المعاصرة، العدد 437، القاهرة، 1995، ص152.

4- خاطر إسمهان، دور التكامل الاقتصادي في تفعيل الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة حالة دول مجلس التعاون الخليجي، ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، 2013، ص ص104-105.

قد يؤثر الاستثمار الأجنبي المباشر سلبا على الميزان التجاري خصوصا غذا كانت الشركة الأجنبية ستورد مدخلات الإنتاج كالمواد الخام والمنتجات الوسطية من الخارج بدلا من الاعتماد على المدخلات المحلية، مما يعني زيادة الواردات ومن ثم عجز في الميزان التجاري.
غن تمتع الشركات العابرة للقرارات والأجنبية الكبرى بقرات مالية وتنظيمية عالية لا يتوفر للشركات الوطنية وبالتالي تستطيع فرض شروطها التي تهدف لتحقيق أكبر قدر ممن الأرباح وهذا له مخاطر على المستوى الاقتصادي وإن كبر حجم الأموال المحولة إلى الخارج كأرباح تؤثر سلبا على ميزان المدفوعات.

المطلب الثاني: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر.

لكل استثمار مخاطره وهي مختلفة ومتنوعة باختلاف وتنوع الاستثمار سواء من حيث حجمه أو موقعه أو مجال نشاطه أو امتداده الجغرافي... والحديث عن مخاطر الاستثمار على هذا النحو ليس من اهتمام هذه الدراسة لذلك سنكتفي بتلخيص أهم المخاطر التي قد يتعرض لها المستثمر خارج وطنه والمتمثلة في: [1]

1 -خطر حجم السوق في الدولة المضيفة: حيث لا يشجع السوق الصغير على الاستثمار إلا إذا كان قريبا من المواد الخام أو من أسواق أخرى كبيرة، وعادة ما يعبر عن حجم السوق بالناتج المحلي الإجمالي.

2 -خطر التضخم: تعكس ارتفاع معدلات التضخم حالة عدم استقرار في السياسة الاقتصادية وهذا ما لا يشجع الاستثمار الأجنبي المباشر لأن التكلفة النسبية للإنتاج في الاقتصاد ستزداد بالمقابل.

3 -خطر تقلبات أسعار الصرف: والمتمثل في درجة المخاطر على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة المترتبة على تغيرات سعر الصرف من خلال أن التغيرات الكبيرة والمفاجئة في سعر الصرف سوق يجعل المبالغ التي تم استثمارها في البلد وبعد تحويلها إلى عملة بلد المستثمر أقل.
وهذا ما يشكل خطر كبير يمكن أن يواجهه المستثمر الأجنبي مم يدفع إلى تخفيض الاستثمارات الأجنبية المباشرة مستقبلا في هذه الدولة.

4 -البيئة الأساسية: نقد البيئة الأساسية غير المتعاملة واليد العاملة غير المدربة بشكل كفء عناصر طرد المستثمرين الأجانب.

1- سعد محمود الكوار وغازي العبادي، محاضرة بعنوان مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2007، ص8.

5 -الاستقرار السياسي: يتولد عن عدم الاستقرار السياسي تأثير سلبي على قرارات الاستثمار للشركات الأجنبية وتخفض من قيمة موجودات المستثمر الأجنبي في ذلك البلد[1].

6 -الحجم النسبي السياسي: يعد من محددات تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر وبشكل أساسي في قطاع التصنيع أو الخدمات وذلك لأن الاستثمار الأجنبي المباشر يتجه إلى القطاع الذي يكون فيه العائد أعلى مقارنة بسائر القطاعات الأخرى.

7 -سعر الفائدة: غن النظرية الاقتصادية تؤكد وجود العلاقة العكسية بين سعر الفائدة الحقيقي والطلب الاستثماري، إذ يوجد لكل مستوى من هذا الطلب قيمة محددة للكفاية الحدية للاستثمار تتفق معه، وبمجرد معرفة سعر الفائدة الذي لابد أن تدفعه الشركة للحصول على الأموال اللازمة يمكننا معرفة مستوى الطلب الاستثماري الذي يتحقق عنده التعادل بين الكفاية الحدية للاستثمار وسعر الفائدة.

المطلب الثالث: سبل مواجهة مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر من طرف المستثمر.

تتنوع وتتعدد سبل مواجهة مخاطر الاستثمار في الخارج بتنوع وتجدد هذه المخاطر التي يواجهها كل مستثمر خارج وطنه وحسب الظروف الذي قد تسمح باستخدام سبيل دون آخر فهناك مخاطر يمكن الاحتياط لها وآخرون لا يمكن ذلك وفيما يلي نعرض بعض الطرق الممكنة الاستخدام في مواجهة المخاطر المالية:

أولا: سبل مواجهة مخاطر منع أو تقييد تحويل الأرباح:

وتتلخص هذه السبل في استحداث خسائر متعمدة أو تخفيض الأرباح إلى أدنى مستوى وذلك بإتباع عدة طرق منها:

- التلاعب بأسعار التحويل بين فروع الشركة الواحدة حيث ترفع الشركة الأم أسعار صادراتها إلى فرعها في الخارج وتستورد منه بأسعار منخفضة، الشيء الذي يحدث خسائر في الفرع وتحول أرباحه إلى الشركة الأم بطريقة غير مباشرة.
- تقديم قروض للفرع الأجنبي من طرف الشركة الأم بأسعار فائدة مبالغ فيها وهذا حتى في حالة عدم احتياج الفرع الأجنبي للقروض ولكن الهدف هو خلق أعباء إضافية تؤثر سلبا على النسخة النهائية لهذا الفرع.
- استرجاع القروض حيث تنخفض قيمة عملة بلد الفرع الأجنبي وهذا يحمل الفرع الأجنبي خسائر صرف معتبرة وبالتالي التخفيض في أرباحه.

1- يوسف مسعداوي، تسيير مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر مع إشارة لحالات بعض الدول العربية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، بليدة، العدد الثالث، جوان 2008، ص ص183-184.

ثانيا: سبل مواجهة خطر سعر الصرف:

يتعرض المستثمر الأجنبي لخطر سعر الصرف، المتمثل في انخفاض قيمة عملة البلد المضيف للاستثمار اتجاه العملات الأخرى وبهدف التخلص من الآثار السلبية لهذا الخطر يلجأ المستثمر إلى عدة سبل منها:

1 -العقود الآجلة أو المستقبلية: تجري هذه العقود في السوق المستقبلية وهي سوق تتعامل في أصول غير حاضرة يتفق على تسليمها أو تسلمها في تاريخ لاحق والعقود الآجلة على العملة وسيلة لمواجهة تقلبات سعر الصرف بحيث يمكن للمستثمر الأجنبي الذي يتوقع انخفاض قيمة عملة البلد المضيف لاستثماره مستقبلا أن يبرم عقدا آجلا أو مستقبليا يتم بموجبه الاتفاق على بيع هذا المستثمر لعملة البلد المضيف في تاريخ لاحق وفق سعر الصرف المالي وقت إبرام هذا العقد.

2 -مبادلة العملة الأجنبية: يقصد بمبادلة العملة الأجنبية الترتيبات بين طرفين لتبادل عملة بعملة أخرى في تاريخ مقبل بسعر صرف يحدد عند التعاقد فإذا رغبت شركة متعددة الجنسية تقديم مبلغ مالي بالدولار لأحد فروعها في بلد آخر بشرط استرجاعه بعد نصف سنة مثلا: فقد تسترجع الشركة الأم بعد انقضاء هذه المدة نفس المبلغ إذا بقي سعر الصرف ثابتا، أما إذا تغير فستسترجع أكبر أو أقل.

3 -تعديل نظام المعاملات التجارية والمالية بين فروع الشركة الواحدة: ويكون هذا ممكنا عندما تمتلك شركة واحدة لفرعين في بلدين مختلفين على الأقل، فإذا كانت التوقعات هي ارتفاع سعر صرف عملة الدولة (أ) أين يوجد الفرع (ج) وانخفاض سعر صرف عملة الدولة (ب) أين يوجد الفرع (د) بضرورة احتفاظ الفرع (ج) بأرصدة كبيرة والفرع (د) بأرصدة دنيا مع تسديد كل الديون المستحقة على الفرع (د) اتجاه (ج) فورا تجنبا لاحتمال تغير سعر الصرف في غير صالحه مستقبلا[1].

4 -أساليب أخرى: يمكننا القول أن المخاطر السياسية لا يمكن الاحتياط لها أو التحكم فيها لذلك فالمستثمرون لا يقيمون وزنا لأي عرض ما لم يتلقوا تأكيدا بأن المخاطر السياسية يمكن التحكم فيها، ويمكن الحد من المخاطر السياسية عن طريق تدابير عديدة من بينها أنواع الضمانات المختلفة، ويعتبر التأمين أيضا أحد الوسائل لمواجهة الكثير من المخاطر ومنها

1- عبد الكريم بعداش، الاستثمار الأجنبي المباشر وآثاره على الاقتصاد الجزائري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008، ص ص125-126.

الخطر التكنولوجي، ويتم مواجهة تلك المخاطر بإستراتيجية التامين من خلال الإدارة الفعالة للمخاطر[1].

1- يوسف مسعداوي، مرجع سبق ذكره، ص 190.

خاتمة الفصل:

مما سبق يتضح أن أهمية الاستثمار وخاصة الاستثمار الأجنبي المباشر زادت بشكل كبير باعتباره مصدرا هاما من مصادر التمويل الدولي خاصة بالنسبة للدول النامية، وفي ظل الحركة الاقتصادية التي ساهمت في عولمة الاستثمار والتجارة، وهذا الذي جعل الكثير من الاقتصاديين وصناع القرار يهتمون بتفسير هذه الظاهرة إما مدافعين أو معارضين لها، موضحين مزاياه وعيوبه ومحاولين تحديد وضع إطار وتصور خاص بالاستثمار الأجنبي المباشر، توازنا مع الدول النامية لتمويل اقتصادياتها في ظل الإصلاحات التي قامت بها وتخفيض عبء المديونية التي تعاني منها، ومحاولة تصحيح الإختلالات الكلية، وهو الأمر الذي جعلها تقدم حوافز وامتيازات لمحاولة جذب المزيد من تلك التدفقات وتهيئة مناخ استثماري ملائم في كل النواحي.

الفصل الثاني:
مفاهيم أساسية حول
الاستثمار السياحي

تمهيد:

السياحة ظاهرة قديمة شهدت تطورات خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، وهي كنشاط يرتبط ارتباطا وثيقا مع محيطها الاجتماعي، السياسي، البيئي، والاقتصادي والقانوني لذلك تتعدد أنواعها وأنماطها ومحاورها وتباين آثارها، إذ هناك تفاعل مشترك وتأثير متبادل بين الأنشطة الاقتصادية والإنسانية من جانب والعناصر الطبيعية من جانب آخر، لهذا أصبح الاستثمار السياحي حديث الدول، وأصبحت الاجتماعات متعلقة بمناقشة العديد من القضايا المتصلة بالجوانب التنموية والاستثمارية للقطاع السياحي وتلك التي تهم المرتبطين بشكل مباشر أو غير مباشر بالمشروعات الاستثمارية السياحية، هي الشغل الشاغل للجانب الحكومي، والجمعيات المهنية المتخصصة والمستثمرين السياحيين، ما يؤكد أهمية موضوع الاستثمار السياحي الذي أصبح حديث الساعة.

المبحث الأول: عموميات حول السياحة.

للسياحة أهمية بالغة باللغة حيث تسعى كل دولة لأن تكون مقصد سياحي عالمي، لهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى جوانب مختلفة للسياحة.

المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح مراحل تطورها.

تشير الأدبيات السياحية في هذا مجال السياحة إلى عدم وجود اتفاق بين المختصين على تعريف واحد متفق عليه، فهناك ما يزيد عن ثمانين تعريفا للسياحة وما يزيد عن ثلاثة وأربعين تعريف لمصطلح السائح وقيما يلي نورد أهم التعاريف:

- لغة: معناها ساح في الأرض يسيح سيحا وسياحة بفتح الياء أي ذهب، وانتقل من بلد إلى بلد، طلبا للتنزه أو الاستطلاع[1].
- اصطلاحا: يأتي مفهوم السياحة ضمن مصطلح السفر وفي عصر الحاضر ظاهرة من مظاهر النشاط الإنساني عرفت منذ القدم بأنها عمليات انتقال مؤقت يقوم بها بعض الأشخاص تاركين موطنهم أو مجال إقامتهم إلى أماكن أخرى لأغراض غير الإقامة على سبيل الاعتياد[2].
- يمكن تعريف السياحة أيضا على أنها ظاهرة اجتماعية تؤثر بدرجة كبيرة في اقتصاديات المجتمعات بعد أن كانت السياحة حتى عهد قريب خاصة بطبقة اجتماعية محدودة العدد واسعة الثراء وهي طبقة الأغنياء والأرستقراطيين الذي كان هدفهم من السياحة هو المتعة[3].
- المفهوم الحديث للسياحة: هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحصول على الاستجمام وتغيير الجو المحيط الذي يعيش فيه الإنسان إلى فضاءات طبيعية أخرى لتذوق جمال الطبيعة والاستمتاع بها[4].
- كما تعرف منظمة السياحة العالمية (WTO) أن السياحة هي مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية ويكون ذلك بهدف التسلية أو العمل، أو أي نشاطات أخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئة الأصلية[5].

1- علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب- معجم عربي-، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط 7، 1991، ص497.

2- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003، ص ص70،71.

3- أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات الفنادق، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، د ط، 2009، ص53.

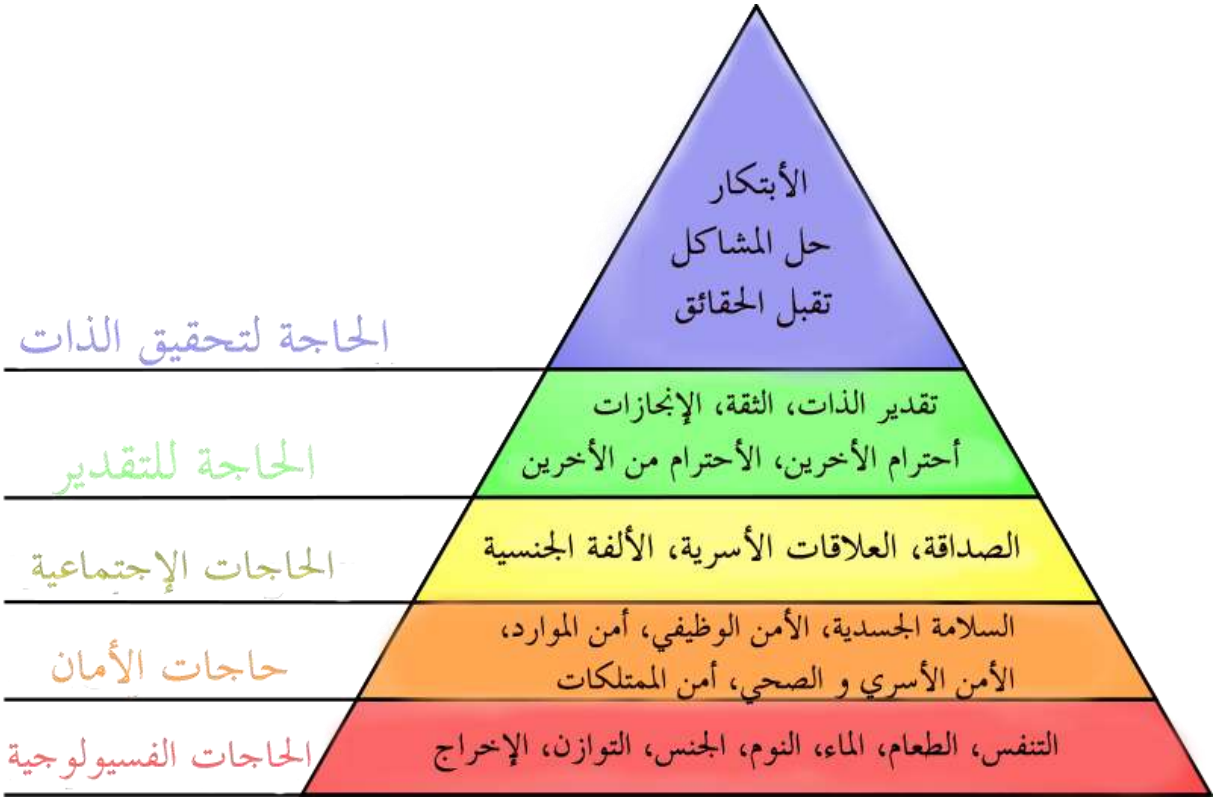
4- بركات كامل النهر المهيرات، الجغرافيا السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص21.

5- إياد عبد الفتح النسور، أسس الخدمات السياحية العلاجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص22.

ومن التعاريف السابقة نتوصل إتعريف شامل للسياحة: "بأنها نشاط إنساني قبل أن يكون ظاهرة اجتماعية، أساسها انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة إلى أماكن أخرى سواء كانت داخل البلد أو تتعداه إلى خارج الحدود من أجل إشباع رغبة أو تحقيق غرض من أغراض السياحة المعروفة بعيدا عن ممارسة أي عمل مأجور بغرض الربح وجني المال".

كما يمكن تلخيص الحاجة إلى السياحة من خلال الهرم الذي جاء به Abraham Maslon الذي أعده سنة 1954 في ترتيب احتياجات الإنسان من الأفكار التي ارتبطت بتحديد الدوافع التي تشجع السياح على السفر في الشكل 03.

شكل رقم 03: هرم ماسلو في ترتيب حاجات الإنسان.

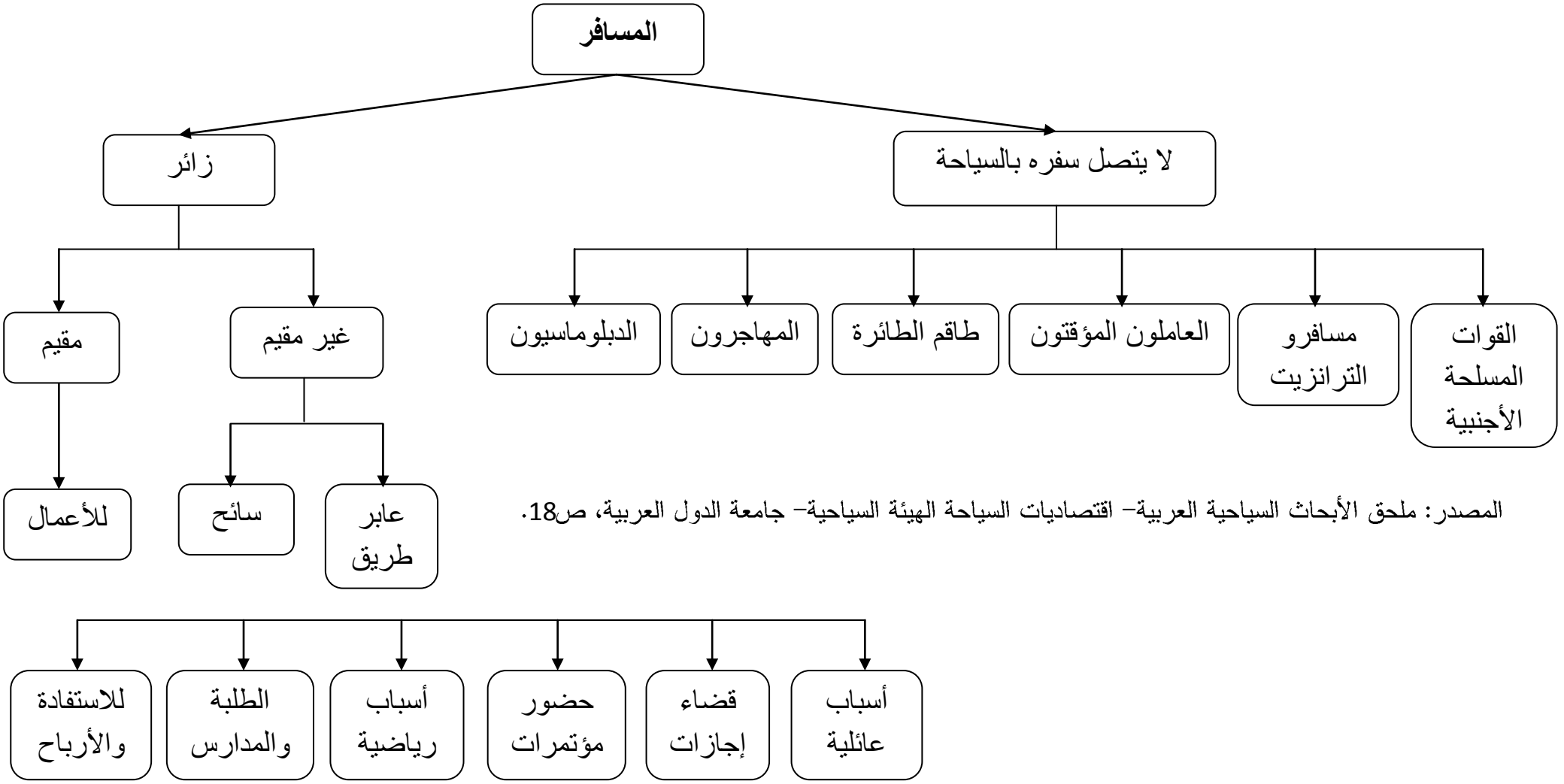


المصدر: تسلسل–ماسلو–الهرمي–للاحتياجات/https://ar.wikipedia.org/wiki

- تعريف السائح:

هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة على ألا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة، بحيث لا تزيد عن سنة كاملة، وينتقل فيها لزيارة أو مهرجان أو علاج ولا يدخل في التعريف (المهاجرون، البعثات الدبلوماسية، وأطقم الطائرات).

الشكل رقم 04: الفرق بين السائح وغير السائح.



المصدر: ملحق الأبحاث السياحية العربية– اقتصاديات السياحة الهيئة السياحية– جامعة الدول العربية، ص18.

مجالات السياحة:

تشمل السياحة عدة مجالات فعلى سبيل المثال نذكر:

- خدمات الضيافة وتشمل الفنادق والمطاعم والقرى السياحية ومراكز المؤتمرات....
- المزارات السياحية والترفيهية (التراث الثقافي، المنتزهات الترفيهية....).
- خدمات النقل البرية والبحرية والجوية.
- الخدمات السياحية (منظمي الرحلات، شركات ووكالات السياحة والسفر، مكاتب الاستعلامات، الخدمات الطبية، الخدمات الأمنية...)[1].

مراحل تطور السياحة:

مرت السياحة في تطورها التاريخي بالحقب التالية:

- الحقبة الأولى:

مكانها الزمني يبدأ منذ ظهور الإنسان على وجه الأرض حتى 1840 حيث كانت وسيلة الانتقال المتاحة للإنسان في هدف المرحلة، هي الوسيلة البدائية وهي الانتقال على قدميه، أو باستعمال دواب الحمل (الحصان، الجمل...) للسير في الطرق البرية أما القوارب والسفن الشراعية الصغيرة فكان يستخدمها في المساحات المائية، وكانت أهداف انتقال البشر في هذه الحقبة هي:

- انتقال رجال الأعمال والتجارة إلى الأسواق الجديدة سواء في داخل دولهم أو إلى الدول المجاورة بغرض التجارة والعمل من أجل بيع منتجاتهم البدائية.
- انتقال أعداد كبيرة نسبيا إلى المعالم الدينية للأديان المختلفة وذلك للحج وزيارة الأماكن المقدسة.
- أبناء الملوك والأمراء للدراسة والتعليم في المركز العلنية والعالمية في لندن، باريس.
- سفر الأغنياء إلى أماكن الاستفادة في مياه العيون المعدنية كالعيون المعدنية في ألمانيا الغربية.
- سفر الأغنياء أيضا للتمتع بالطبيعة الساحرة والجو المناسب للإنسان طلبا للشمس الساطعة والمناطق الدافئة في الشتاء والماء وشواطئ البحر والبحيرات في الصيف[2].

- الحقبة الثانية (1840-1914):

في هذه الحقبة زاد فيها انتقال البشر نتيجة لاختراع القطار والسيارة وتطور سعة وسرعة هذه المركبات وتطور وسائل النقل البحري إلى السفن الكبيرة العملاقة وبدأ تنظيم عمليات انتقال

1- سامح أحمد رفعت عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية في المجال السياحي، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2011، ص ص 306،307.

2- نعيم الظاهر وآخرون، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص ص11،12.

البشر، كما بدأ قيام بعض الأفراد باستثمار واستغلال ظواهر انتقال البشر التي زادت بتنظيم رحلات جماعية لهم، وكان أول من برز في هذا المضمار "توماس كوك" الانجليزي وقد نظم الرحلات الطويلة إلى بلاد الشرق وبهذه الرحلات بدأت المفاهيم الجديدة للسياحة الحديثة حيث قام منظم الرحلة بمسؤولية بتدبير وسائل الإقامة والنقل داخل الدول التي تتم زيارتها.

- الحقبة الثالثة سنة 1914 حتى لآن:

كان تحديد هذه الحقبة بسبب اختراع الطائرة التي بدأ استعمالها في الأغراض الحربية في الأغراض الحربية في الحرب، العالمية الأولى وبدخول الطائرة في مجال النقل المدني وخاصة بعد تطور سرعتها ووسائل الأمان بها أصبح لها الدور الأولى في السياحة، وإذ كانت وسائل النقل البحري قد حاولت الإبقاء على دورها في السياحة وظهرت سياحة البحر وتتمثل في متعة السفر الطويل بالبحر مع زيارة الموانئ المختلفة.

مع بداية القرن العشرين وبالضبط بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وباستقرار الأوضاع السياسية وازدهار الأوضاع الاقتصادية، وارتفاع المستوى المعيشي، وتوفر وسائل النقل المتطورة كالطائرات، استعاد الإنسان ماضيه الحافل بالترحال، ولكن تحت شعار جديد عرف بالسياحة وباستخدام احدث وسائل النقل، هنا أدركت الحكومات أن السياحة لم تعد ذات طابع تقليدي، وإنما صارت اقتصاد واستثمار وعمالة ووعاء ضريبي وانطلاقا من هذا كله أنشئت المنظمات للتخطيط السياحي مثل الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية والرسمية (VIOTO) والذي سرعان ما تحول إلى منظمة دولية متخصصة في شؤون السياحة عرفت باسم المنظمة العالمية للسياحة (OMT) التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

ومن العوامل التي ساعدت على تطوير السياحة نذكر:

- ✓ استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية والاقتصادية بعد الحرب العالمية الثانية.
- ✓ التطور الكبير في وسائل النقل سواء البرية والجوية والبحرية.
- ✓ ارتفاع المستوى المعيشي والدخل الفردي.
- ✓ تنظيم أوقات العمل وتخفيض ساعات العمل وزيادة العطل السنوية مدفوعة الأجر وزيادة الضمانات الاجتماعية لهم.
- ✓ ارتفاع مستوى التعليم في مختلف الدول مما زاد الرغبة في السفر[1].

1- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001، ص ص16،17.

المطلب الثاني: أهمية السياحة وخصائصها

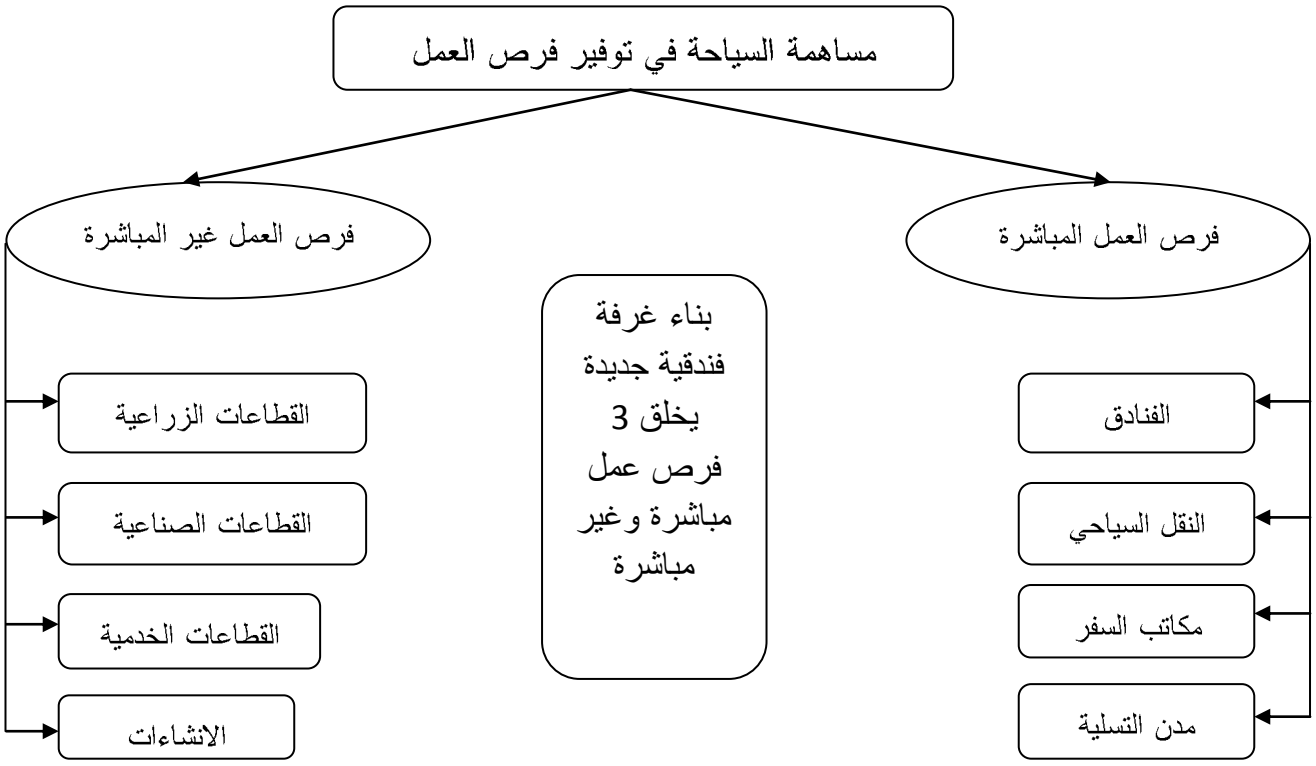
أولا: أهمية السياحة

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها.

أ –الأهمية الاقتصادية:

- المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي.
- جذب رؤوس الموال في كثير من الدول البنية الأساسية للاقتصاد المحلي.
- تشغيل اليد العالمة والقضاء على البطالة.
- تنمية اقتصاديات الدول.
- تحسين اقتصاديات الدول.
- تحسين ميزان المدفوعات[1].

شكل رقم 05: مساهمة السياحة في توفير فرص العمل



المصدر: إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، ط 1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص222.

1– عمراني سفيان، طبيب مصطفى، السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والطموح، الملتقى الوطني الول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، ص54.

ب -الأهمية الاجتماعية:

- تعتبر السياحة رسالة مضاربة وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب.
- تحسين نمط حياة الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم مم يحقق التوازن الاجتماعي.
- جذب السياح وإشباع رغباتهم.
- زيادة الوعي الاجتماعي بمختلف عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى.
- رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي والحضاري[1].

ج -الأهمية الثقافية:

- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافات بين الشعوب.
- تعتبر أداة لإيجاد مناخ يتميز بروح التفاهم والتسامح بين الشعوب.
- السياحة أداة لتبادل المعرفي (تداول العلوم والمعارف).
- العمل على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة.
- العمل على توطيد العلاقات وتقريب المسافة بين الشعوب[2].

د -الأهمية البيئية:

تكمن الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:

- الوعي المتزايد بأهمية البيئة وضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة وممارسات الشركات والمصانع من جهة أخرى وبالتالي بدأ الوعي الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاء البيئة واستدامتها للأجيال القادمة، وتجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيم يسمى بالسياحة البيئية.

ه -الأهمية السياسية:

للسياحة أهمية سياسية حيث تساهم في:

- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

1- حمزة عبد الحليم دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016، ص14.

2- فراح رشيد، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السيياحي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر، العدد 12، 2012.

- تعمل على تحقيق الحوافز ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ونشر مبادئ السلام العالمي[1].

ثانيا: خصائص السياحة:

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية أو الأماكن الدينية والتاريخية وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة ويمكن حصر أهم الخصائص السياحية كما يلي[2]:

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى.
- السياحة نشاط اقتصادي متزايد أو متضاعف الطبيعة.
- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب وعلى المنتج السياحي محليا ودوليا.
- تأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة والدول الأخرى والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصالات والتقلبات الاقتصادية.
- عدم سيادة المنافسة الصافية أو حتى احتكار القلة في الكثير من الحالات وصعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلع سياحية بديلة.
- تعدد وتباين أنواع السياحة وإغراضها مما يترتب عليه تنوع واختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها.
- إن الطلب السياحي في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة.
- صعوبة استقطاب السياح وتعد ضمان جذبهم سنويا نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة، خاصة في موسمية النشاط السياحي[3].
- أسرع القطاعات الاقتصادية نموا (8% معدل نمو سنوي).
- يوظف قطاع السياحة (10%) من غجمالي القوى العاملة.
- تستحوذ السياحة على 9% على الأقل من إجمالي الاستثمارات[4].

المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة وشروط ممارستها.

1- عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، 2012، ص ص27،28.

2- خالد كواش، السياحة، دار التنوير، الجزائر، ط1، 2007، ص44.

3- نزيه الدباس، غدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2007، ص ص12،13.

4- أحمد علي عبد الله، التخطيط والتنمية السياحية، أمواج للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص32.

أولا: أسباب انتشار السياحة.

يصعب على المرء حصر العوامل التي تركت بصماتها في القرن 20 على السياحة حيث يعد العصر الذهبي لها إلا أننا نذكر بعض منها:

- اهتمام دول العالم بصناعة السياحة واعتبارها صناعة رئيسية توجب الإنماء وتساهم في الدخل العام.
- تأثير وسائل الإعلام في نقل الأخبار بسرعة عند حدوثها إلى الإنسان في أي بقعة على الأرض مما زاد في رغبة الكثير من الناس لزيارة بلاد غير معروفة عندهم.
- ساعدت التشريعات التي حدثت إثر مطالبة النقابات العمالية بزيادة أوقات الفراغ والإجازات السنوية للعاملين في المؤسسات الخاصة والعامة مم أدى إلى تنشيط الحركة السياحية.
- الاهتمام بالمناطق السياحية والمحافظة على جمالها والحرص على نظافتها وبناء الفنادق وتقديم تسهيلات سياحية، كان دافعا للسياح في السفر والترحال.
- انخفاض تكلفة النقل بالوسائل السريعة وخاصة الطيران التي تتميز بالسرعة والراحة للسائح وقطعه مسافات طويلة متخطيا الصعوبات والتضاريس وغيرها.
- انتشار التعليم وزيادة حب المعرفة عند عدد كبير من سكان الأرض، أسهم في ارتفاع المستوى الثقافي، مما زاد في الأفواج السياحية إلى أماكن الآثار والمراكز الثقافية وحضور المؤتمرات العلمية.
- ازدياد الشعور والرغبة لدى أفراد المجتمع الأوروبي إلى إزالة القيود السياسية والتطلع إلى تكوين وحدة أوروبية شاملة، فكان ذلك بمثابة حافز قوي لنمو وتقدم السياحة.
- ظهور الرغبات والاحتياجات الإنسانية كالأغراض الترفيهية والثقافية والصحية، مم أدى إلى تطور الحركة السياحية تطورا كبيرا.
- اهتمام المجتمع الدولي بالسياحة كنشاط إنساني مرغوب للغاية يستحق الثناء والتشجيع من كافة الشعوب والحكومات[1].

ثانيا: شروط ممارسة السياحة:

- توفر مراكز دخول محددة تزود السائح بالمعلومات اللازمة عن منطقة السياحة من خلال المجتمع المحلي للمنطقة.
- إدارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئيا.

1- أوجاني فاطمة وخردوش أحلام، اقتصاديات السياحة ودورها فغي التنمية المستدامة، ماستر غير منشورة، جامعة قالمة، 2012، ص ص74،75.

- وضع قوانين صارمة وفاعلة لاستيعاب أعداد السياح وحمايتهم وحماية المواقع البيئية في نفس الوقت.
- دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتثقيفهم بيئيا وسياحيا وتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية وتحسين ظروف معيشتهم.
- التعاون من أجل إنجاح السياحة البيئية بتعاون مختلف القطاعات المختصة بالسياحة والبيئة معا[1].

المطلب الرابع: أنواع السياحة وأركانها.

أولا: أنواع السياحة.

1 -تقسيم السياحة وفقا للعدد:

- سياحة فردية: هي عبارة عن سياحة فردية، وفي كثير من الأحيان غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب الفراغ المتوفر لديهم، هذا وتشمل خدمات سياحية متنوعة.
- سياحة جماعية: يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات حيث تقوم الشركات بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة وتعتمد على تحقيق إشباع رغبات المجموعة وكل سفرة بها برنامج خاص وسعر معلوم ومحدد، وتكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة الأنشطة.

2 -تقسيم السياحة وفقا للعمر:

- سياحة الطلائع: يتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية (7-14) سنة وهي مرحلة تعليمية يتم خلالها اكتساب الأطفال معارف، ومهارات وسلوكيات معينة.
- سياحة الشباب: يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية بين (15-21) سنة، ويمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالأخرى والاعتماد على النفس وتكوين الصداقات.
- سياحة الناضجين: يتضمن مرحلة عمرية من (35-55) سنة وهي عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل، ويغلب طابع الراحة والاستجمام والترفيه على هذا النوع من السياحة، وتكون الرحلات دائما إلى الشواطئ والأماكن الهادئة والجبال والريف...

1- بوفليح نبيل وتقروت محمد، مداخلة حول واقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الول حول السياحة في الجزائر، الواقع والآفاق، المركز الجامعي – البويرة، 2010.

- سياحة المتقاعدين: يشارك بها المتقاعدون وكبار السن وتقوم الشركات السياحية بتنظيم هذه الرحلات خصيصا بسعر مرتفع نظرا لتقديم أفضل الخدمات السياحية[1].

3 –تقسيم السياحة وفقا لفترة الإقامة:

- سياحة أيام: تتراوح مدة هذا النوع من السياحة بين يومين وأسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج منظم ومعد مسبقا، عادة ما يكون في العطلة الأسبوعية او في المناسبات الوطنية وهي سياحة مستمرة على مدار العام.
- سياحة موسمية: ترتبط بموسم معين وتتفاوت فترتها السياحية من شهر إلى ثلاثة أشهر وتتميز بالدورية والتكرارية.
- سياحة عابرة: هذه السياحة لا يخطط لها ولا تتمتع بتنظيم مسبق، وتكون عادة من خلال التنقل بالطرق البرية ومرورهم الاضطراري لبلد ما[2].

4 –تقسيم السياحة وفقا للنطاق الجغرافي:

- السياحة الداخلية: تبلغ السياحة الداخلية في الدول المتقدمة من 8 إلى 9 أمثال حجم السياحة الدولية ومعناها انتقال الأفراد داخل البلد أي انتقال مواطني الدولة نفسها في داخل بلدهم.
- السياحة الإقليمية: هي حركة الانتقال والسفر والإقامة بين عدد من الدول المتجاورة والتي تشكل منطقة سياحية واحدة.
- السياحة الدولية: هي عملية السفر والإقامة المؤقتة عبر الدول المختلفة دون وضع اعتبار للمسافات بين هذه الدول، حيث تشهد هذه السياحة تطورا متزايدا.

5 –تقسيم السياحة وفقا للجنسية:

- سياحة الأجانب: يتضمن هذا النوع من السياحة جميع الأجانب ما عدا مواطني أهل البلد وتنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السياح الجانب بما يتلاءم مع أذواقهم التي تختلف باختلاف العادات والتقاليد والجنسيات.
- سياحة المغتربين (المقيمين خارج البلد): تشابه مع السياحة الاجتماعية والإقليمية إلا أنها تتمحور حول المهاجرين من وطنهم للعمل في الخارج حيث يتنامى الحنين لدى هؤلاء المغتربين لزيارة الوطن الأم، فتنظم الشركات السياحية رحلات خاصة لهم لزيارة أوطانهم.

1– رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016، ص ص30–32.

2– محمد عمر مؤمن، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2009، ص ص92،93.

- سياحة المواطنين (مواطني الدولة): شبه كثيرا السياحة الداخلية إلا أنها لا تتضمن المقيمين في الدولة حيث تهتم الدولة بتشجيع مواطنيها على السياحة داخل الوطن بالانتقال من مدينة لأخرى وهي متنوعة وشاملة وتتضمن مختلف الخدمات السياحية والإقامة بحيث تتناسب مع الدخول[1].

6 –تقسيم السياحة وفقا للغرض:

تعدد وتتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه تنوع واختلاف النشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها حيث يصنف إلى:

- السياحة الترفيهية: تكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس، وتجديد نشاط السائح وحيويته وأن يتمكن من قضاء وقت فراغه أو عطلاته بطريقة مفيدة.
- السياحة الدينية: هي التي يقوم بها الناس من إتباع دين معين إلى أماكن مقدسة عندهم خلال فترات محددة من السنة، لممارسة بعض الشعائر أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية[2].
- السياحة العلاجية: يتضح التعريف من اسم هذا النوع من السياحة فالسياحة العلاجية هي سياحة لإمتاع النفس والجسد معا بالعلاج أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويج عن النفس وتنقسم إلى قسمين:

– السياحة العلاجية: تعتمد السياحة العلاجية على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بها فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة تساهم في علاج الأفراد الذين يلجؤون إلى هذه المراكز.

– السياحة الاستشفائية: تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع الحارة المعدنية والكبريتية والرمال والشمسي بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية.

وتطلق السياحة العلاجية على كلا النوعين[3].

1– محمد عمر مؤمن، مرجع سبق ذكره، ص ص95،96.

2– مصطفى عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص48.

3- www.feedo.net/lifestyle/travaltripsRelaxation/torismalloverworld-htm, le 29/11/2016, à 21 :16.

- سياحة المؤتمرات والاجتماعات: تهدف هذه السياحة إلى حضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات العلمية والمهنية الاقتصادية أو السياسية[1].
- السياحة الثقافية (السياحة الأثرية والتاريخية): يهتم بهذا النوع من السياحة شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة.
- سياحة المعارض: هي سياحة تشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض الصناعية والتجارية ومعارض الكتاب...
- سياحة السباقات والمهرجانات: وتنطبق على سباقات السيارات والدراجات والمهرجانات السينمائية بالإضافة إلى سباقات الهجن[2].
- سياحة رجال الأعمال: يمثل هذا النوع من السياحة حوالي 20% من حركة السياحة الدولية، ويشمل النشطة المختلفة لرجال الأعمال وسفرهم للمشاركة في المعارض الدولية التجارية والصناعية.
- السياحة البيئية: هي السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى خلل، وذلك للاستمتاع بها، فالسياحة البيئية ما هي إلا التمتع بالطبيعة في المقام الأول[3].
- السياحة الرياضية: هو السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة كرياضة الغوص والانزلاق على الماء والصيد.
- السياحة العلمية: أو السياحة البحثية وهي التي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية وكذلك دراسة حركة الطيور وهجراتها العالمية ودراسة الأحياء المائية في البحار والمحيطات والنهار وهناك رحلات علمية لدراسة أشكال سطح الأرض والتكوينات الجيولوجية والظواهر الطبيعية من خلال تنظيم هذه الرحلات العلمية من ذوي الاختصاص والمهتمين[4].

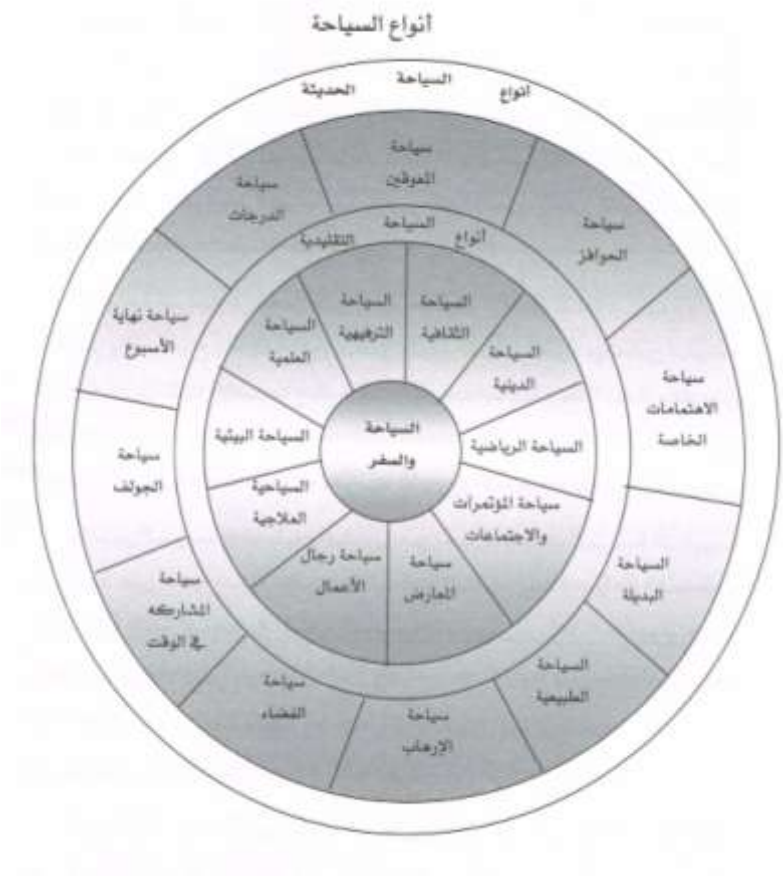
1- حمويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الوادي، العدد، 09، 2014، ص211.

2- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص ص226-228.

3- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع،، الأردن, ط1 ، 2011، ص ص60-66.

4- إلياس عياشي، الخدمات السياحية والفندقية والتنمية الحضرية في جيجل، ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص10.

الشكل رقم 06: أنواع السياحة.



المصدر: مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع،، الأردن, ط1 ، 2011، ص59.

ثانيا: أركان السياحة.

تقوم السياحة على جملة من الأركان يمكن حصرها في النقاط التالية:

أولا: النقل: غن صناعة السياحة مرتبطة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ سياحة وتتطور بدون وسائل النقل وتطور طرق المواصلات وخدماتها، من وسائل النقل من مطارات، موانئ وطرق.

ثانيا: الإيواء: أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة هو مكان الإقامة، قبل البحث عن الطعام، الشراب والترفيه، الإيواء يمثل الفنادق والموتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات، ويمثل كذلك الطعام والشراب بصورة مباشرة.

ثالثا: البرامج: لا تنجح السياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد المعني، وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه

والأماكن العلاجية والدينية أو الطبيعية أو الرياضية...، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات والأسواق والمنتزهات[1].

رابعا: البنية التحتية: هي مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها للقيام بأي مشروع أو منظمة سياحية كشبكة المياه الثقيلة والمياه العذبة والكهرباء والغاز والخدمات والصحية والطرق والبنوك، إذ أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات تعتمد صناعة السياحية أساسا على البنية التحتية.

خامسا: البنية الفوقية: وهي منشآت الإقامة للفنادق والموتيلات والمخيمات وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، ووكلاء السفر والشركات السياحية، ومكاتب إيجار السيارات، والمترجمين.... وهذه الخدمات تختلف من بلد إلى آخر وحسب مستوى تقدم البلد[2].

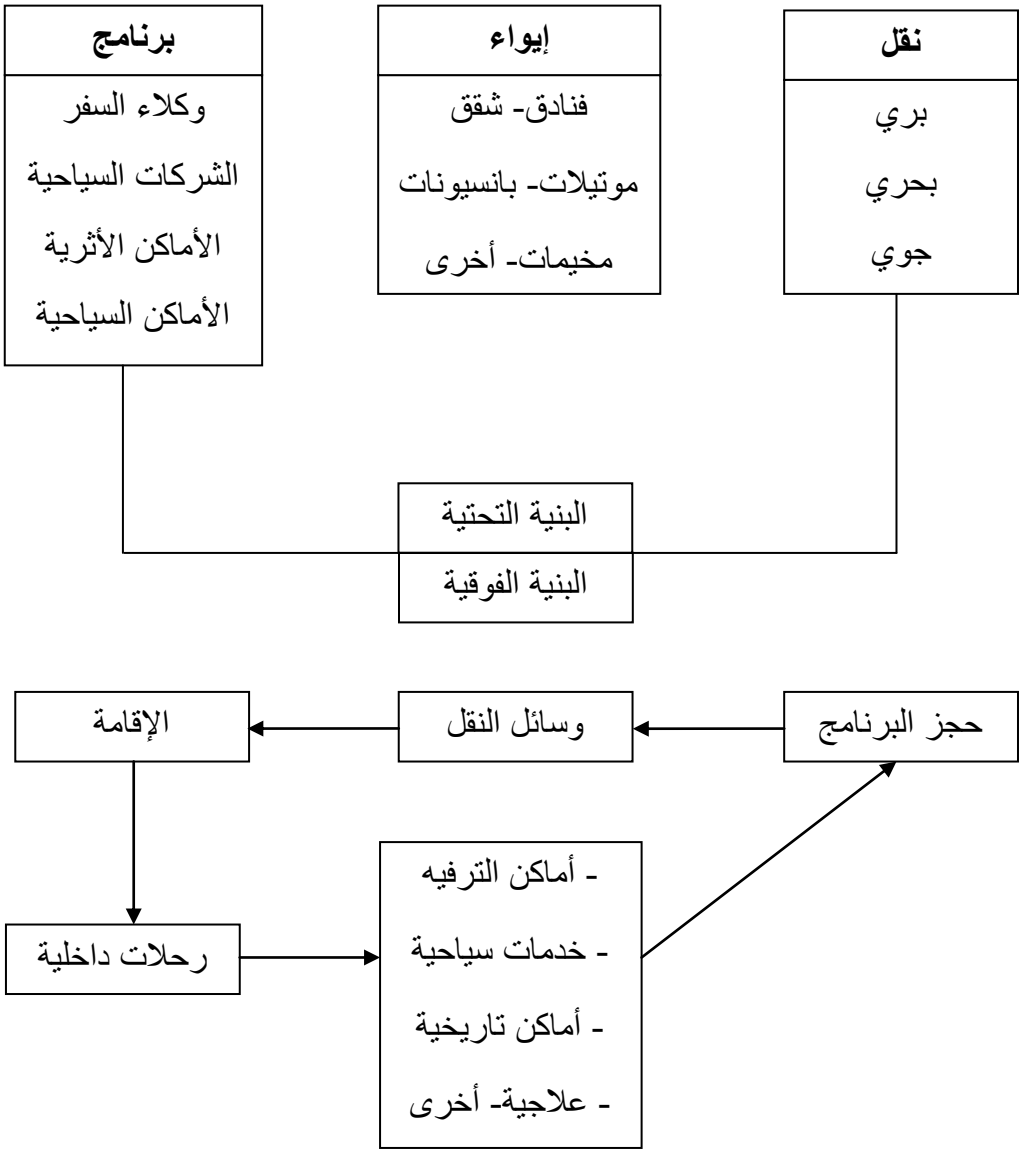
1- مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة، دار ألف للوثائق، ط1، الجزائر، 2017، ص54.

2- حمزة اعبد الحليم دراركة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص31.

الشكل رقم 07: أركان السياحة

1 -نقل.
2 -إيواء.
3 -برامج.

تعتمد على البنية التحتية والفوقية.



المصدر: ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2013، ص43.

المبحث الثاني: أساسيات السياحة.

المطلب الأول: عوامل الجذب السياحي.

مناطق الجذب السياحي هي جوهرة السياحة فالسياحة هي مناطق جذب وخدمات تقدم في هذه المناطق، فهي السبب الذي يدعوا السائح للسفر إلى جهة معينة [1]، والعوامل المؤثرة في الجذب البياني تلعب دورا هاما في تحريك النشاط السياحي والتأثير فيه وتنقسم تلك العوامل إلى:

1 –عوامل طبيعية: وهي كل ما يملكه البلد من عناصر طبيعية مما يجذب السائح للرغبة في زيارة البلد والمتمثلة في:

- الموقع الجغرافي: للموقع الجغرافي تأثيرات متباينة على السياحة إذ يلعب دورا هاما في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ وأشكال النبات ذات الجذب السياحي التي تعتبر أهم مراحل الدراسات الأولية لنجاح عمل تنمية سياحية مستدامة.
- توزيع اليابس والمياه الجوفية: لليابس والسياحة علاقة طردية أينما تركز اليابس تنشط السياحة، والذي يهمنا في المياه الجوفية ما يخدم السياحة من الينابيع والعيون والنافورات، وتشكل هذه المياه عاملا مهما للجذب السياحي خاصة إن كانت من التي تستخدم في العلاج الإنساني (العيون الساخنة).
- مظاهر السطح: تتباين مظاهر السطح المؤثرة في صناعة السياحة بشكل كبير تبعا لخصائصها وهي تضم المرتفعات الجبلية والخوانق والأودية والهضاب والجزر.
- المناخ: للمناخ تأثير مزدوج على السياحة حيث يؤثر في أنشطة السياحة بما توفره من جذب سياحي بهدف التمتع بـــ: الطقس الجميل المتميز بدفئه وشمسه الساطعة[2].

2 –عوامل تاريخية وحضارية: من المعروف أن العوامل التاريخية الحضارية تقاس بمدى حضارة البلد على مرور الزمان، وبقدر ما تملكه الدولة من آثار للحضارة وما تبقى منها من دور العبادة وقصور الملوك والمباني التذكارية، وتجذب هذه المناطق طبقات وفئات معينة من السائحين.

3 –عوامل اجتماعية ودينية: وهي تتضمن أنماط وأساليب الحياة والتنظيم الاجتماعية التي يتبعها مختلف فئات القبائل والشعوب وسنجد اختلافات كثيرة في عادات وتقاليد والطرق والنظم التي يحياها هؤلاء الناس وهنا نرى أن هذه الاختلافات وهذه الأنماط المختلفة تمثل مقومات جذب لأفراد الشعوب الأخرى ومن هنا يبدأ التحرك لمعرفة هذه الأنماط وربما دراستها وتعتبر

1– حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، ط1، 2001، ص224.

2– مصطفى يوسف كافي وهبة كافي، جغرافية السياحة، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016، ص ص113–118.

المقومات الدينية (المساجد والأضرحة والمقابر والأماكن المقدسة)، كل هذا يعتبر مقومات جذب هامة لدى فئات وأفراد معينة من مختلف شعوب العالم[1].

4 -عوامل حديثة: المتمثلة في:

- البنية التحتية: تتعلق بالتجهيزات والإنشاءات التي تسمح للسائح بالبقاء في منطقة الإجازة في ظروف مريحة وأهمها شبكات الطرق والصرف الصحي ووسائل الاتصال السريع ومراكز الإسعاف والصيانة وبدون هذه التسهيلات فغن السائح يواجه مشاكل عديدة.
- البنية الفوقية للإقامة والإيواء: توفر مناطق الجذب السياحي أنواع مختلفة من خدمات الإقامة والإيواء، ويتطلب الأمر أن تكون هذه الخدمات على المستوى الذي يحقق رضا السائح بدرجات متفاوتة بالإضافة إلى لمنتجات والموتيلات والشقق المفروشة والمخيمات وبيوت الشباب....
- وسائل النقل (المواصلات): مناطق الجذب السياحي تكون قليلة القيمة لو كانت مواقعها لا يسهل الوصول إليها بوسائل النقل العادية فيجب توفير وسائل النقل لراحة المسافرين بكافة أنواعها وذلك بأسعار مقبولة.

5 -عوامل متنوعة: هناك عوامل أخرى متنوعة تؤثر في اختيار المكان الذي يقصده السائح فمن الضروري أن هناك مكاتب استعلامات ومكاتب وكالات السفر والنقل السياحي وإلا تكون هناك قيود جمركية وأن تكون هناك الكثير من محلات صرف وتحويل العملات، كما أن الضيافة والترحاب والبشاشة من جانب المواطنين في الدولة المزارة، يجعل السائح يحس بأنه بين أهله يساعد على الاستمتاع بإجازته ولا شك أن هناك المزايا العديدة التي يمكن أن تجني من انتعاش السياحة وأهمها أن يكون الفرد مؤدبا ويقدم المساعدة للسائح الزائر[2].

المطلب الثاني: الهيئات المهتمة بقطاع السياحة.

تنقسم المنظمات السياحية الدولية إلى قسمين احدهما هو المنظمات الدولية الحكومية وتقتصر عضويتها على الدول التي لها حق عقد الاتفاقيات والمعاهدات مع دول أو منظمات دولية أخرى والقسم الثاني يضم المنظمات الدولية غير الحكومية التي تؤسسها الهيئات والجمعيات والاتحادات أو الأشخاص.

1- منال رحال، الإدارة السياحية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2015، ص ص131،132.

2- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، دار هناء للتجليد الفني، 2009، ص ص15-20.

أولا: المنظمات الدولية الحكومية.

1 –منظمة السياحة العالمية: World tourism organization (WTO):

تأسست عام 1946 وتمت عن طريق اجتماعات بين منظمات الصناعة الوطنية لبعض الدول في لندن وأطلق عليها اسم الاتحاد الدولي لمنظمي السفر (IVOTO) وفي عام 1974 تم تغيير اسم المنظمة إلى منظمة السياحة العالمية (WTO) وأصبحت حاليا من اكبر المنظمات الدولية المعنية بشؤون السياحة العالمية والسفر ومقرها الآن مدريد باسبانيا وتضم أكثر من 108 دولة عضو ومن أهم أهداف هذه المنظمة ما يلي:

- عمل الإحصائيات السياحية المتعلقة بالدول الأعضاء.
- إقامة مؤتمرات للسياحة العالمية.
- التعاون التقني للدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر.
- ترويج وتطوير السياحة المحلية والعالمية.
- الاهتمام بمشاكل البيئة.

2 –الاتحاد الدولي للنقل الجوي (اياتا) (I.A.T.A): تأسست منظمة الأياتا عام 1945 في هافانا بكوبا بهدف تنمية اقتصاديات خطوط النقل الجوي ووضع آداب المنافسة في مجال الخدمة الجوية ومن أهم الأهداف التي تسعى إليها المنظمة ما يلي:

- توحيد أسعار السفر بصورة عامة وأسعار شحن المتعة والبضائع.
- توحيد الشروط والقواعد الخاصة بسندات حركات الأفراد وتذاكر السفر.
- إيجاد نظام غرفة المقاصة لتسوية استحقاقات شركات الطيران مع بعضها البعض.
- التخفيض على أسعار السفر لبعض الهيئات من الركاب كالتخفيضات للمجاميع السياحية، الطلبة، تخفيضات في مواسم الكساد لمنظمي السفرات السياحية[1].

3 –المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O):

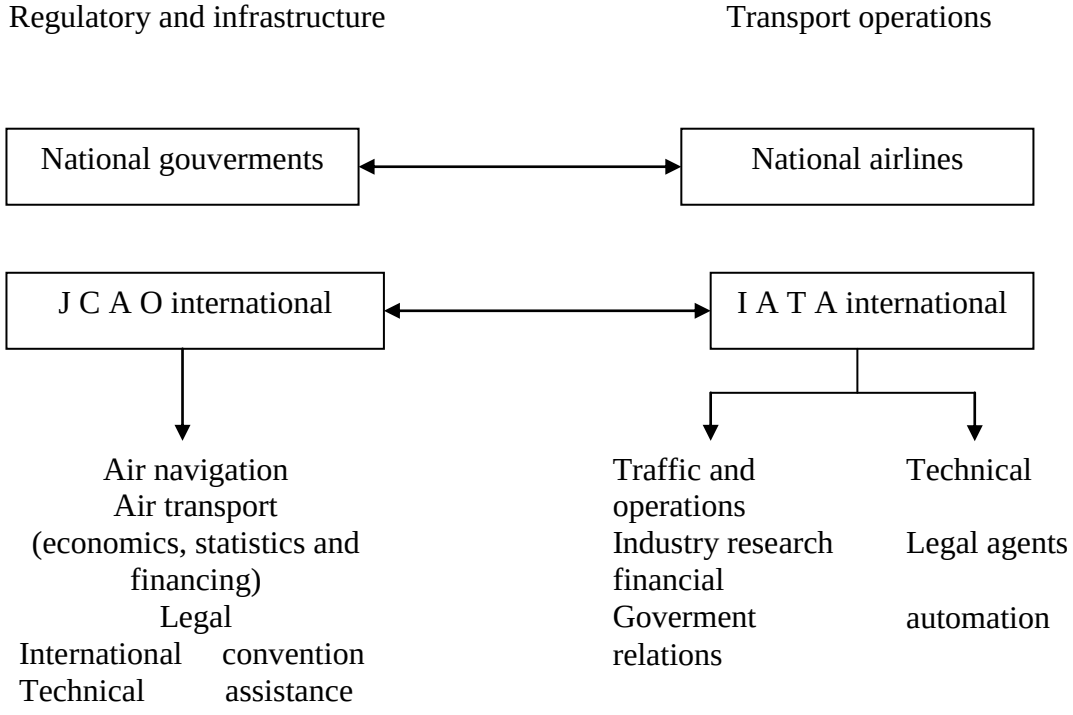
أنشئت هذه المنظمة عام 1944 في شيكاغو بالو.م.أ وهي منظمة حكومية للطيران وتضم الدول الأعضاء بها وتهتم بشؤون الطيران المدني في هذه الدول وتتبع منظمة الممم المتحدة ومن أهم أهدافها:

- تحرير المبادئ التي تقوم عليها الملاحة الجوية في العالم.
- تنمية المطارات والخطوط الجوية وتطويرها وتشجيعها.
- تقديم التسهيلات الخاصة بالملاحة الجوية وضمان سلامة الطيران المدني في العالم[2].

1– ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2013، ص ص190–192.

2– نعيم الظاهر، مرجع سبق ذكره، ص ص54،55.

الشكل رقم 08: مخطط بين مسؤوليات I.A.T.A و I.C.A.O والفرق بين أعمالهما.



المصدر: د. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2013، ص191.

4 -الجمعية الدولية لوكالات السفر (W.A.T.A): أنشئت عام 1949 ومقره جنيف (سويسرا) عضويتها مفتوحة لكل وكالات السفر والسياحة ومن أهدافها تشجيع السياحة الدولية والمشاركة في تنميتها والمساهمة في تكوين شبكة من وكالات السفر الدولية والمنظمة والمتعاونة بما يمكن من تبادل المعلومات والبيانات والنشرات والمطبوعات السياحية بين الأعضاء وعقد الاتفاقيات المختلفة بين مقدمي الخدمات السياحية الأخرى....

5 -المجلس العالمي السياحي والسفر (WTTC): تأسس سنة 1990 مقره لندن، هو عبارة عن منظمة دولية متخصصة في النشاط السياحي، تضم تحالف أكثر من 68 من كبار صناع القرار في كل القطاعات صناعة السياحة والسفر على المستوى العالمي في فروع النقل والإطعام والترويج والخدمات السياحية هدفه:

- إقناع الحكومات بالأهمية الاقتصادية والإستراتيجية للقطاع السياحي والاهتمام بالبيئة.
- تنشيط السياحة المتواصلة.
- العمل على إزالة الحواجز المعرقلة لنمو العمل السياحي بالتعاون مع الحكومات والوكالات المتخصصة.

6 -الأكاديمية الدولية للسياحة (I.A.T): أنشئت عام 1951 ومقرها مونت كارلو (إمارة موناكو) وتضم عضويتها أعضاء يختارون من بين الشخصيات البارزة في عالم السياحة إلى جانب أعضاء مراسلين وأعضاء من الخبراء السياحيين وتهدف إلى:

- الاهتمام بالنشطة السياحية المختلفة.
- تشجيع السياحة بمختلف أنماطها.
- دعم التعليم السياحي.

7 -الجمعية الدولية للفنادق (I.H.A): أنشئت عام 1946 بلندن ولتحل محل الاتحاد الدولي للفندقيين المؤسس عام 1869 ويعود من أهم المنظمات الدولية الفندقية ويضم في عضويته أعضاء الاتحادات الفندقية بالدول المختلفة وأعضاء المنشآت ومقرها الدائم بباريس ويهدف الاتحاد إلى:

- رعاية مصالح أصحاب الفنادق والمطاعم.
- نشر الدليل الدولي للفنادق.
- العمل على رفع كفاءة العاملين وإعداد الكوادر الفندقية المؤهلة.

8 -الاتحاد الدولي للمنظمات الوطنية للفنادق والمطاعم وأصحاب المقاهي: أنشئ عام 1949 مقره سويسرا يضم في عضويته حوالي 29 من المنظمات الوطنية في دول العالم المختلفة يهدف إلى:

- الدفاع عن حقوق الأعضاء ورعاية مصالحهم.
- العمل على دعم التعاون بين جميع اتحادات الفنادق والمطاعم وأصحاب المقاهي بما فيه مصطلح العاملين.
- تسيير وتشجيع نمو السياحة الدولية[1].

9 -الاتحاد الدولي لوكلاء السفر (أوفتا) (UFTAA): تأسس هذا الاتحاد عام 1966 ومقره بروكسل في بلجيكا ويصل عدد الأعضاء المنتسبين لإتحاد أكثر من 32 ألف عضو.

ويعتبر الأوفتا الممثل الوحيد في العالم لجميع وكلاء السفر ويسمح بالانضمام إلى عضويتها كل من وكالات السفر والوكالات السياحية والشركات الفندقية وشركات النقل السياحي وتهدف منظمة الأوفتا إلى:

- تشجيع الشركات السياحية على التواجد الدولي في المؤتمرات السياحية العالمية.
- تقوية وتنمية الشركات السياحية المحلية.

1- زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، جامعة قسنطينة، 2012، ص ص41-43.

- حل المشاكل التي تواجه وكالات السفر حول العالم.

10 – المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي (CHRCE): يوجد مقر المنظمة في واشنطن/ و.م.أ تشمل المدارس والكليات والعاهد المتخصصة في مجال الفنادق والسياحة ويضم 1250 معهد وكلية ومركز تدريب وجامعة وأكاديمية ومؤسسات سياحية وفندقية وشركات طيران وتهدف المنظمة إلى:

- تشجيع البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية.
- تطوير أساليب التعليم والتدريب.
- إصدار نشرة أسبوعية ومجلة بحوث شهرية تشمل ملخص الأبحاث والدراسات المقدمة في المعاهد العلمية[1].

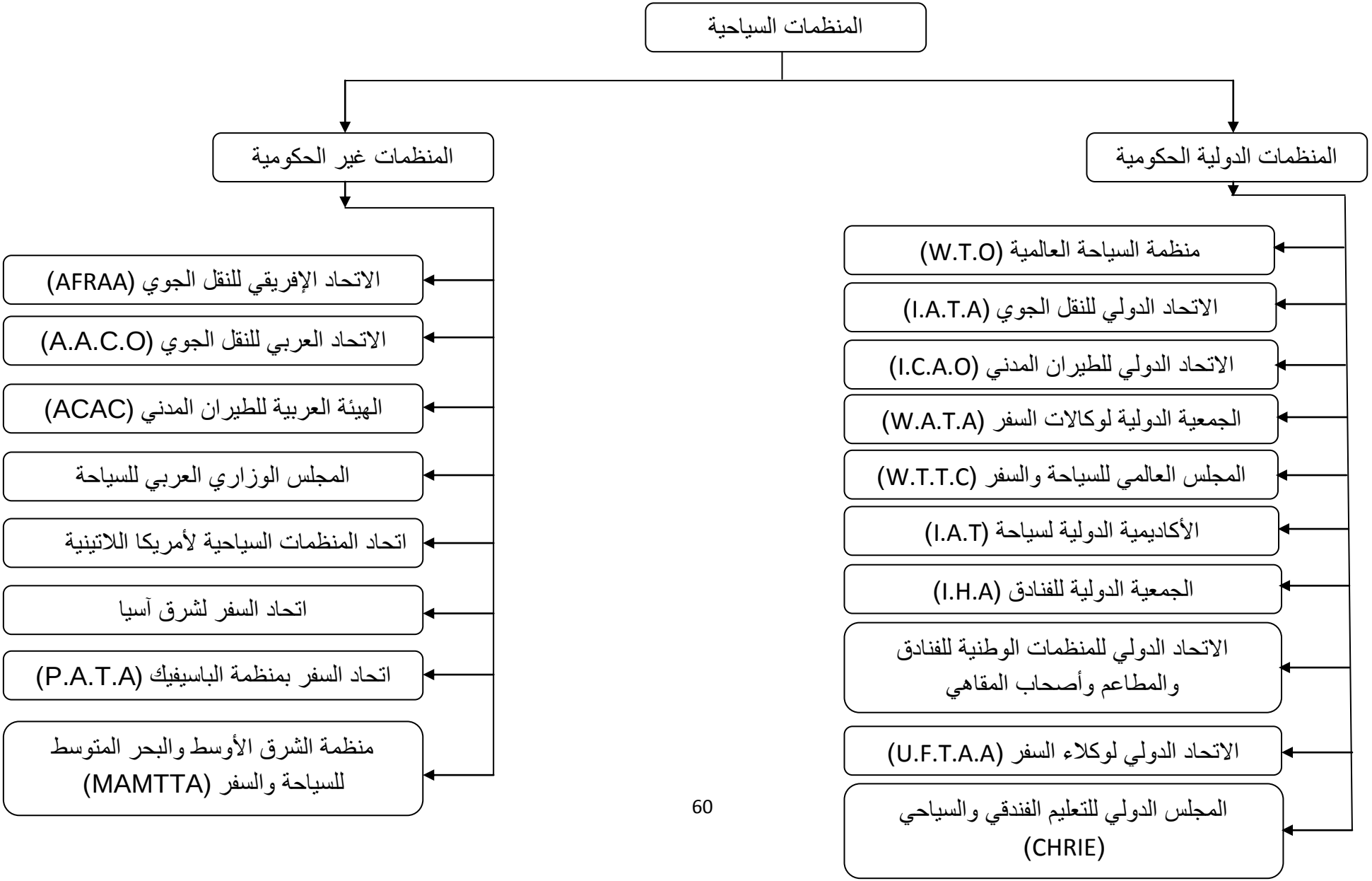
ثانيا: المنظمات غير الحكومية:

- الاتحاد الإفريقي للنقل الجوي (AFRAA).
- الاتحاد العربي للنقل الجوي (A.A.C.O).
- الهيئة العربية للطيران المدني (ACAC).
- منظمة الشرق الوسط والبحر المتوسط للسياحة والسفر (MAMTTA).
- المجلس الوزاري العربي للسياحة.
- اتحاد المنظمات السياحية لأمريكا اللاتينية.
- اتحاد السفر لشرق آسيا.
- اتحاد السفر بمنظمة الباسيفيك (P.A.T.A)[2].

1– قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر، ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2012، ص127.

2– مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص180–185.

الشكل رقم 09: الهيئات بالقطاع السياحي. (المصدر: من إعداد الباحثتين)



المطلب الثالث: الآثار المترتبة عن السياحة.

ليس من الغريب أن يكون هناك آثار إيجابية وسلبية للسياحة وعادة ما تكون مسؤولية السلطات الحكومية والهيئات المختلفة في القطاع الخاص التي لها مصلحة مباشرة أو غير مباشرة لمضاعفة الآثار الإيجابية والتخفيف من الآثار السلبية وفيما يلي نذكر هذه الآثار:

أولا: الآثار الإيجابية:

1 -تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة.

2 -نقل التقنيات التكنولوجية: غن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن أن تحقق درجة من التقدم التكنولوجي عن طريق:

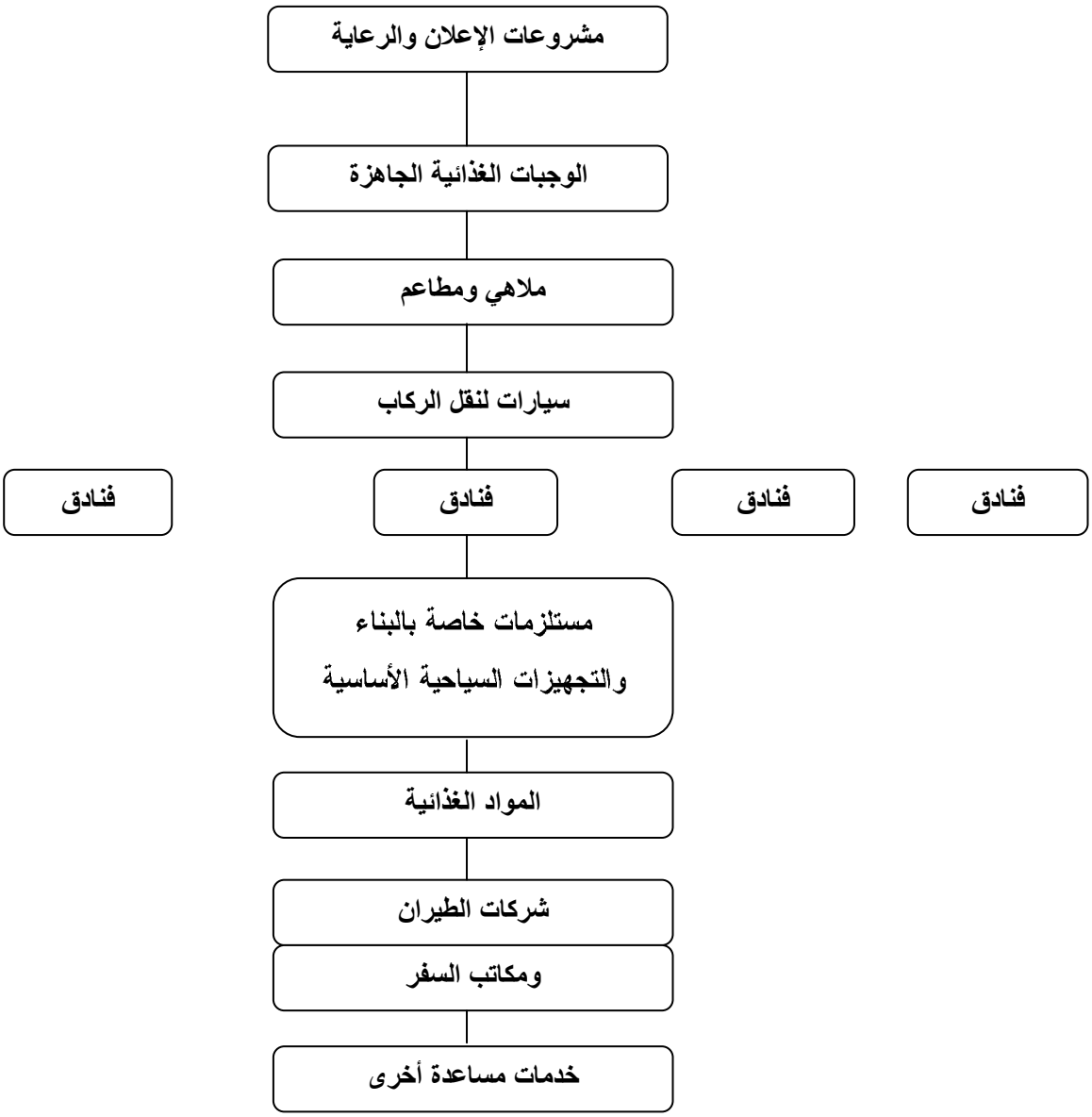
- نقل فنون وأنظمة الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية.
- إدخال تجهيزات جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية أو إنتاج سلع صناعية لأغراض سياحية.
- تطوير طرق العمل الحالية في النشطة السياحية بإتباع برامج تدريب للقوى العاملة.
- القيم بأعمال التنقيب عن الآثار وترميمها.

3 -تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين: تجدر الإشارة إلى أن اهتمام الدول بصناعة السياحة يزيد من أهمية الحاجة إلى وجود طبقة إدارية وخبرات ومهارات من طبيعة خاصة قد لا تتوافر في المنظمات الصناعية والتجارية وغيرها ولا تتوافر بالقطاعين العام والخاص، وهذا بالضرورة يدفع إلى توفير الخبرات والمهارات الإدارية اللازمة.

4 -العمالة: إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية يساهم في خلق العديد من فرص العمل الجديدة وفي هذا الخصوص فإنه لا يمكن تجاهل الآثار المباشرة غير المباشرة على الفرد والأسرة والمجتمع الناجمة عن زيادة فرص العمل وانخفاض البطالة مم يترتب عليه ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية....

5 -خلق علاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدمية وبين قطاع السياحة: من الممكن أن يؤدي التوسع في إنشاء المشروعات السياحية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى وقطاع السياحة، فالتوسع مثلا في إنشاء المشروعات السياحية قد يتبعه توسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلبا.

الشكل رقم 10: أمثلة التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الخدمية.



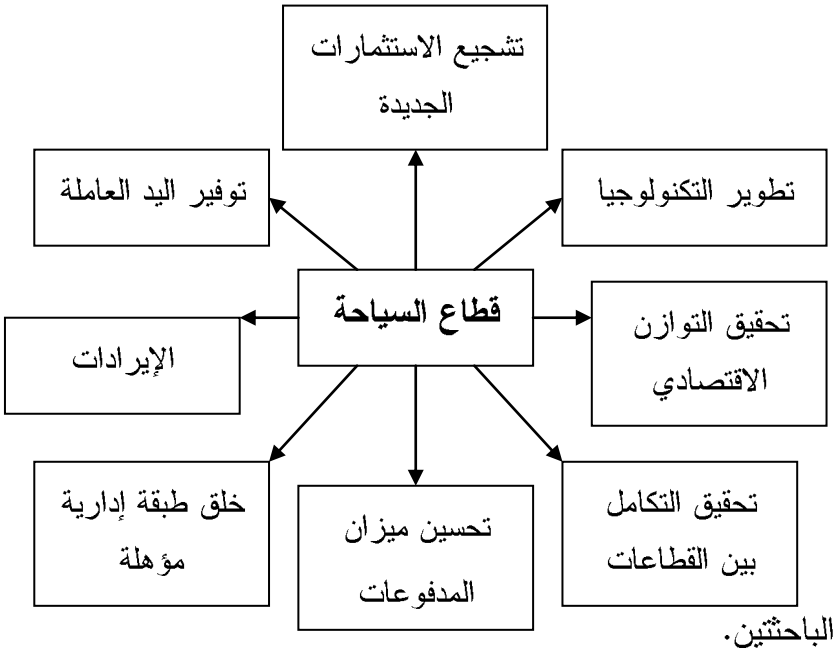
المصدر: آسيا محمد إمام الأنصاري وإبراهيم خالد عواد، غدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002، ص 24.

6 –المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين المحافظات: في حال قيام الدولة بتوزيع أو توجيه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه المحافظات، تنمية وخلق مجتمعات حضارية جديدة، إعادة توزيع الدخول بين المناطق الحضرية والريفية...إلخ.

7 –تحسين ميزان المدفوعات: يمكن للسياحة أن تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة وبتحقيق هذا نتيجة تدفق الأموال الأجنبية المستمرة في المشروعات

السياحية والإيرادات التي تقوم بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى الداخلية وغيرها من الآثار[1].

الشكل رقم 11: بعض الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة.



المصدر: من إعداد الباحثتين.

8 –الآثار الحضارية والثقافية والاجتماعية: السياحة هي سفير الحضارات ونشاطاتها كصناعة تحقق هدفا إنسانيا كبيرا ألا وهو تلاقي هذه الحضارات وتمازجها بشكل يخدم الإنسانية في هذا العالم الفسيح الذي تحول إلى قرية صغيرة بفضل السياحة، وتساهم أيضا بتعريف الأمم بحضاراتهم وكيفية المحافظة عليها وكذا المحافظة على العديد من العادات والتقاليد التي كادت أن تزول وتتلاشى.

9 –الآثار البيئية للسياحة: إن السياحة تحمي البيئة فمثلا في إفريقيا تم إنقاذ العديد من الحيوانات النادرة بفضل الاهتمام من قبل السياحة في هذه القارة، فلولا وجود درجة عالية من الاهتمام بالبيئة من قبل البلدان السياحية في الشرق الأوسط كلبنان وسوريا والأردن والمغرب، لأصبحت البيئة البحرية مثلا مهددة بالتلوث ولزحفت الصحراء على المناطق الزراعية في تلك

1– آسيا محمد إمام الأنصاري وإبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2002، ص ص27–32.

البلدان، فالسواحل الناعمة تحقق بفضل الإنفاق السياحي وتحولت الصحراء في مصر إلى منتجعات سياحية خلابة بفضل اهتمام مصر بالسياحة كصناعة مولدة للدخل[1].

ثانيا: الآثار السلبية:

- تدفق السياح من المناطق الغنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالبا ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة كالخيانة والغش والاحتيال، والعنف، الجريمة والشعور بعقدة النقص وهذا بدوره يؤدي غالبا إلى الفساد الاجتماعي.
- النتائج ذات الخطورة العالية إذا لم تلق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسبة مع الأنماط الاجتماعية السائدة.
- الأثر السلبي على البيئة خصوصا عندما يكون من الضروري بناء مستلزمات السياحة المادية في المناطق الطبيعية أو في وسط الغابات والبحار.
- مساهمة السياحة في ارتفاع أسعار الأراضي بشكل هائل مم يؤدي إلى ارتفاع أسعار البيوت السكنية والإيجارات كحالة إدن مثلا.
- إن الاعتماد الكلي على قطاع السياحة وإهمال القطاعات الأخرى قد يعرض الاقتصاد إلى التدهور إبان أي أزمة اقتصادية أو سياسية.
- إن نمو السياحة يؤدي إلى ازدياد فرص العمل وارتفاع الدخول في الأقاليم السياحية المر الذي يؤدي إلى استقطاب أيدي عاملة كثيرة من خارج الأقاليم، هذه الحركة السكانية تساهم في النمو الحضري السريع كما تؤدي إلى ظهور خلل في التركيب السكاني من حيث العمر والجنس[2].

المطلب الرابع: معوقات تنشيط السياحة:

- ضعف البنية التحتية الخاصة بالقطاع السياحي.
- ضعف القدرات الاقتصادية، وضعف تسويق المنتج السياحي.
- الإجراءات المعقدة والروتينية والتي تتمثل بالحوافز والتعقيدات التي توضع امام السائح من المساءلة والانتظار لفترات طويلة.
- سوء غدارة المؤسسات السياحية من فنادق ومطاعم ومنتجعات وضعف مستوى خدماتها مقارنة مع المؤسسات السياحية الأخرى[3].

1- عادل عبد الله العنزي وحميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ,الطبعة العربية، 2013، ص ص123-127.

2- خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2003، ص34.

3- موفق عدنان عبد الجبار الحميري ودراسي فلاح الطويل، التسويق الإستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص ص38،39.

- تراخي العديد من الحكومات للدول في تنفيذ الاتفاقيات المبرمة والتي تكون في أغلب الأحيان حبرا على ورق فكثيرة هي الاجتماعات المتبنية لقوانين تنظيمية لقطاع السياحة لكن دون تنفيذ.
- إجراءات تحويل العملات لبعض البلدان تمنع بعض الناس من السفر.
- عدم وجود فروع واسعة الانتشار لمكاتب هيئة تنشيط السياحة لتسهيل علميات الحصول على المعلومات التي يريدها السياح.
- ضعف المهارات والقدرات الفنية للموارد البشرية وقلة تبادل الخبرات والدورات التدريبية للعاملين في القطاع السياحي.
- قلة تأهيل العاملين في السياحة بالتكنولوجيا الحديثة.
- استغلال السائحين إما سائقي السيارات الأجرة وإما من الفنادق او المطاعم.
- غياب الأمن بمفهومه الشامل في العديد من الدول.
- معاناة بعض الدول من ظاهرة حظر التجوال ليلا ابتداء من ساعة معينة وهو ليس في مصلحة تنمية السياحة وتنشيطها.
- غياب حملات الترويج السياحي وغياب الدولة والنشرات السياحية اللازمة.
- ضعف الإعلام والرسالة الإعلامية في بعض الدول.
- عدم وجود اتفاقيات تأمين صحي مشتركة بين الدول.
- معوقات تتعلق بالخبرة السابقة السلبية التي ينقلها الزائرون السابقون عن سوء المعاملة والصورة السيئة التي يرونها عند زيارة بلد ما.
- عدم استعمال التكنولوجيا الحديثة في تنشيط السياحة.
- زيادة نسبة التلوث في الهواء والماء والشواطئ وغياب المناطق الخضراء والاعتماد على الطابع الصناعي للسياحة، من فنادق ومراكز تسوق[1].

1- فيصل شياد، تنمية السياحة العربية البينية، قسم العلوم التجارية، جامعة سطيف، 2014/2013، ص ص76-80.

المبحث الثالث: الاستثمار السياحي.

تحظى عملية الاستثمار السياحي من بين العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى في الدولة بأهمية كبيرة كون الاستثمار السياحي يمثل العنصر الحيوي والفعال لتحقيق عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية الاستثمار الأجنبي وأنواعه.

1- مفهوم الاستثمار السياحي:

لا يختلف الاستثمار السياحي بالعموميات عن أنواع الاستثمارات الأخرى وسنذكر من أهم التعاريف الواردة كما يلي:

- الاستثمار السياحي هو استغلال للموارد الطبيعية من مواقع مميزة ومناخ وإمكانيات مختلفة وخدمات مميزة لكل زائر أو سائح، وجعل هذه المواقع نقاط جدب وتامين كافة المستلزمات لذلك بما فيها الترويج مثلا لتأمين استدامة هذه المواقع واستمرار الحفاظ على أهميتها وتطويرها باستمرار[1].
- بالنسبة لدارسي اقتصاديات السياحة فإن الاستثمار السياحي يشمل: تقييم المشروعات، أو دراسات الجدوى للمشروعات من حيث التوقعات من النفقات والإيرادات، وتقدير الأرباح المتوقعة أو معدل العائد على الأموال المستثمرة ثم مقارنتها بسعر الفائدة السائد.
- أما آشي فيرى أن الاستثمار السياحي هو الاستثمار في المقومات والإمكانات الرئيسية لصناعة السياحة التي يمكن إجمالها في محورين هما:
  - الاستثمار في التجهيزات والتسهيلات السياحية بما فيها: خدمات الإقامة والإعاشة والتسهيلات الترفيهية: خدمات النقل، خدمات الاتصالات.
  - الاستثمار في مجال الثروة السياحية.

تعريف شامل: "هو سلسلة متداخلة من الكماليات المركبة التي تحدد أوجه ومجالات الإنفاق والتمويل الاستثماري الهادفة إلى تطوير وتحسين مكونات المنتج السياحي ليلاءم الطلب المتوقع عليه".

2- أهمية الاستثمار السياحي:

- يعتبر الاستثمار السياحي من أكثر القطاعات جذبا للاستثمارات الأجنبية المباشرة.
- الاستثمار السياحي بدوره يحرك عجلة التنمية الاقتصادية.
- رفع درجة التكامل الرأسي والأفقي بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
- تنويع الأنشطة السياحية للسياح المحليين والدوليين.

1- مازن سلمان، الاستثمار السياحي وأثره على البيئة العمرانية في المدن التاريخية، ماجستير غير منشورة، جامعة حلب، 2009، ص12.

- زيادة الطاقات الإنتاجية للدول.
- تعزيز مسار النمو الاقتصادي.
- الآثار المباشرة التي يعكسها السياحي على الاقتصاد القومي[1].

3- مميزات الاستثمار السياحي:

يمتاز الاستثمار في النشاط السياحي بالأمور الآتية:

- تمثل الأصول الثابتة نسبة عالية من إجمالي الأصول (أراضي، مباني، معدات وأثاث).
- ارتفاع نسبة المكون الأجنبي في الاستثمار السياحي لأن أغلب احتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة وغالية الثمن وبالعملة الصعبة فالأطعمة والمشروبات وتأثيث وسائل الإيواء تتطلب الاستيراد لكي تتوافق مع حاجات الضيوف الأجانب.
- ارتفاع تكلفة التأسيس وهي التكاليف الاستثمارية أو الرأسمالية.
- فترة استرداد رأسمال المشروع تكون طويلة.
- مصادر التمويل تكون معظمها أجنبية وطويلة الأجل.
- التكامل مع أوجه الاستثمار الأخرى سواء مشروعات بنية أساسية او غيرها فلابد من وجود تكامل بين القطاع السياحي والمشروعات الأخرى فهو يعتمد اعتماد كلي وأساسي على القطاعات الأخرى مثل قطاع (الزراعة، الصناعة....).

4- أنواع الاستثمار السياحي:

يقسم الاستثمار في القطاع السياحي إلى نوعين رئيسيين هما:

أ - الاستثمار طويل الأجل: يختص بالمجمعات السياحية الكبيرة مثل مشروع قرية الموج السياحية في سلطنة عمان، وشرم الشيخ في مصر، وفندق برج العرب في دبي.

ب -الاستثمار قصير الأجل: يتمثل في إنشاء وتطوير حركة المشاريع السياحية الصغيرة كالمطاعم بجميع أنواعها ومكاتب السياحة والسفر.

وهناك أشكال أخرى من الاستثمار السياحي كالاستثمار المادي، الاستثمار البشري، والاستثمار في مجالات البحث والتطوير، ويهتم الاستثمار البشري بتطوير برامج التعليم والتدريب السياحي، أما الاستثمار في مجلات البحث والتطوير فهو يحتل أهمية خاصة في الدول المتقدمة حيث تخصص مبالغ طائلة للبحوث والدراسات السياحية التي تساعد على زيادة القدرة التنافسية للشركة أو المشروع السياحي في السوق الملحية، الإقليمية، والعالمية وخلق فرص ومنتجات سياحية جديدة.

1- حسن رفدان الهجهوج، الاستثمار السياحي والتنوع المطلوب، مقال منشور بجريدة الرياض، العدد رقم 13372، 2005.

المطلب الثاني: العوامل المشجعة لزيادة الاستثمار في صناعة السياحة:

هناك جملة من العوامل المؤثرة في تشجيع الأفراد آو الشركات للاستثمار في صناعة السياحة من هذه العوامل الآتي:

- مدى اتساع السوق السياحية والزيادة المرتقبة للطلب الكامن على الخدمات السياحية.
- مدى توفر الخدمات العامة والبنية التحتية.
- حجم سوق المنافسة وتحديد اتجاهات المنافسة والتكاليف المطلوبة لتنفيذ السياسات التنافسية.
- عدد وجنسية شركات الطيران العاملة للمناطق المراد الاستثمار فيها.
- توفر أيدي عاملة كفؤة ومعدلات منخفضة للأجور والرواتب.
- سياسات تشجيع الدولة للمستثمرين عن طريق المنح والقروض.
- إمكانيات الإحلال والإبدال للأبنية حسب القوانين والتشريعات المعمول بها في ذلك البلد.
- نوعية القروض البنكية والتمويل المتوفر.
- معدل سعر الفائدة في البنوك.
- معدل مصاريف السياح المحليين، الإقليميين والدوليين.
- معدلات التضخم للمناطق المصدر للسياح.
- معدل سعر صرف تصريف العملات[1].

مقومات نجاح الاستثمار السياحي في البلدان النامية:

إن دراسة الاستثمار السياحي والدعوة إلى إقامة هذا النوع من الاستثمار يتطلب منا التطرق إلى العوامل التي تدعم نجاح الاستثمار السياحي في البلدان النامية وبالتالي تعد إذا المقومات نجاح الاستثمار السياحي في البلدان النامية.

- التزايد المستمر في حصة البلدان النامية في السوق السياحية العالمية.
- توافر جانب كبير من المغريات السياحية منها: الطبيعية، الأماكن التاريخية، الأماكن الدينية.
- إن ما تواجه الدول النامية من صعوبات متزايدة في تصدير منتجاتها السلعية التقليدية إلى أسواق الدول الصناعية المتقدمة من جهة، وتصدير منتجاتها الصناعية إلى هذه الأسواق من جهة أخرى.
- الأسعار المناسبة للخدمات السياحية والسلع الأخرى.
- تصنيف السياحية ضمن القطاع الثالث (قطاع الخدمات) والملاحظة أن القوة الإنتاجية في السياحة هي من عمل الإنسان في هذا القطاع ولاغ يمكن أن تزيد إلا في حدود ضيقة.

1- موفق عدنان عبد الجبار الحصيري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، دار وراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص119-126.

-يتوافر في صناعة السياحة كل خواص الصناعات الاستهلاكية الأخرى وتظهر أبراحها بمجرد الانتهاء من إقامة المشروعات السياحية[1].

المعوقات الاستثمارية السياحية:

فيما يلي إشارة إلى أهم النتائج المتعلقة بمجموعات المعوقات والتحديات:

أ -مجموعة التحديات والمعوقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية:

- على صعيد المعوقات السياسية: عدم الاستقرار المني الناتج من الاضطرابات الاجتماعية والسياسية والخلافات الحدودية والخلافات السياسية الطارئة بين بعض الدول والتي تنعكس سلبا من خلال توجيه الرأي العام إلى مهاجمة وجود الاستثمارات السياحية وغياب الثقة السياسية بين المستثمر الأجنبي والدولة، ما يؤدي إلى هجرة المزيد من الاستثمارات السياحية.
- على صعيد المعوقات الاقتصادية: عدم الاستقرار الاقتصادي وعدم وضوح التوجهات الحكومية اتجاه قضايا الاستثمار وعدم وجود إستراتيجية اقتصادية واضحة لبرامج الخصخصة وعدم استقرار نظم الصرف أو تشوهها في كثير من الدول.
- على صعيد المعوقات الاجتماعية: ضعف إشراك المجتمعات المحلية خاصة النائية منها في عمليات الاستثمار السياحي التي تتم في المباني والمواقع التراثية والتاريخية الموجودة في هذه المجتمعات وعدم وعي سياحي بأهمية المورثات الثقافية والاجتماعية للبلد المضيف والافتقار إلى مشاركة القطاع الخاص في عمليات صنع القرار الاستثماري.

ب مجموعة التحديات والمعوقات القانونية والتشريعية:

عدم ملاءمة التشريعات التنظيمية للتطورات الحادثة في سوق الاستثمارات السياحية، والعجز الواضح عن حماية الاستثمارات من التجاوزات في بعض الدول وندرة التشريعات المتعلقة بدعم القدرة التنافسية للقطاع السياحي.

ج -مجموعة التحديات والمعوقات الإجرائية والتنظيمية:

المتمثلة في القيود البيروقراطية وبطء الإجراءات الإدارية والحكومية وتعدد الجهات المسؤولة عن الاستثمار في بعض الدول وما يترتب عليه من تعدد الإجراءات الحكومية المتعلقة بالترخيص للاستثمار وتعقدها وصعوبة متطلبات حصول المستثمر على تأشيرة الدخول للدولة

1- إسماعيل الدباغ الهام خضر شبر، مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة 1، 2015، ص149.

والتأخر في السماح بالطرح الأولي للشركات الأجنبية المساهمة في السوق المالي، ما يسبب الكثير من المشكلات الإجرائية للمستثمرين.

د –مجموعة التحديات والمعوقات المتعلقة بالبنية الأساسية:

عدم توافر البنية التحتية بشكل جيد لإقامة الاستثمارات وتقادم البنية التحتية في بعض الدول، وصعوبة الحصول على مناطق ومواقع مؤهلة بنيويا وعدم ملاءمة البنية التحتية لتوفير الخدمات التكنولوجية الحديثة للمشروعات السياحية وضعف مشاركة القطاع الخاص في المشروعات الاستثمار المتعلقة بالبنية التحتية نظرا إلى ارتفاع تكلفتها.

ه –مجموعة التحديات والمعوقات المتعلقة بالمستثمر السياحي:

- التحديات الخاصة بصياغة الرؤية الاستثمارية وفق منهج التفكير الإستراتيجي المتعلق بالتخطيط الموارد السياحية في الدول.
- التحديات المرتبطة ببناء الهوية الاستثمارية لمشروعه، كمدخل فعال يسهم في بناء شخصية متميزة لمشروعه الاستثماري من بين المشروعات المنافسة.
- التحديات المتعلقة بقيم مشروعه الاستثماري وأخلاقياته كأساس لدعم المشروع المتعلقة باحترام ثقافة وقيم واحتياجات المجتمع المحلي المحيط بالمشروع الاستثماري.
- عدم اهتمام المستثمر بصياغة رسالة المشروع بصورة واضحة يعتبر توجهاته الاستثمارية المستقبلية.
- سوء اختيار أنماط التمويل للمشروعات الاستثمارية السياحية المختلفة.
- سوء اختيار النموذج الاستثماري الأمثل الذي يضمن نمو المشروع واستمراره[1].

التجربة السياحية التونسية:

تعتبر التجربة التونسية في السياحة من أكثر التجارب الناجحة لما حققته من نمو لعدد السياح وتسير أيضا هذه التجربة إلى أنه تتوافر في هذا البلد السياحي المميز معظم مقومات الجذب السياحي التي تشكل المقوم الرئيسي لنمو الاستثمارات السياحية فيه وهناك وعي سياحي عالي على المستويين الرسمي والشعبي بأهمية هذا القطاع الاقتصادي.

وفي سنة 2013 بلغ عدد السياح 6.268.582 سائح[2]، ومع أنها حققت نتائج إيجابية إلا أنها مازالت تسعى إلى مضاعفة عدد السياح الوافدين إليها، وفي هذا الصدد وضعت تونس إستراتيجية تهدف إلى تطوير القطاع السياحي بتونس أين عهدت وزارة السياحة بتونس إلى مكتب الدراسات العالمي "رولاند

1– مصطفى احمد السيد مكاوي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، ط1، 2014، ص ص30–34.

2– وزارة السياحة التونسية: http://www.tourisme-gov.tn/index.php?id

برغر" إنجاز دراسة إستراتيجية لضبط سياسة تطور القطاع السياحي في أفق 20146، إضافة إلى صياغة برامج عمل الكفيل بتنفيذ هذه الإستراتيجية ورصد ميزانيات وتحديد جداول زمنية لتنفيذها، وتتركز هذه البرامج حول خمسة محاور رئيسية وهي تنويع العرض وتجديده والترويج والتسويق وتطوير الإطار المؤسساتي وإعادة الهيكلة المالية للقطاع والعبور نحو سياسة تعتمد التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال، وتنقسم هذه المحاور بدورها إلى 20 نشاطا ذو أولوية و 160 إجراء وعليه فتونس عرفت نموا كبيرا في عد السياح عبر السنوات وهذا ما توضحه الجداول الموالية:

الجدول رقم 04: دخول غير المقيمين لتونس من 2000–2012.

السنوات	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012
عدد السياح غير المقيمين	5057400	6761200	7049800	6901400	6902800	4781869	5950500

المصدر: وزارة السياحة التونسية: http://www.tourisme-gov.tn/index.php?id

من خلال الجدول نلاحظ ارتفاع عدد السياح من 5057400 سائح سنة 2000 إلى 7049800 سنة 2008 من ثم انخفاضها لتبلغ 3134600 سائح سنة 2011 يعود للأحداث التي شهدتها تونس في تلك الفترة (ثورة تونس) لتعود وترتفع من جديد سنة 2012 لتبلغ 5950500 سائح.

فيما يخص السياحة في تونس فهذه الأخيرة تركز بشكل كبير على مزيجها التسويقي لدفع عجلة السياحة في تونس.

المنتوج السياحي:

تضم تونس العديد من أنواع المنتوجات السياحية المتنوعة من البحر إلى الصحراء.... من السياحة العلاجية إلى السياحة الرياضية، كما لا ننسى السياحة الثقافية.

أنواع المنتجات السياحية بتونس:

نذكر منها:

1 –السياحة الشاطئية:

تمتد سلسلة من الفنادق المصنفة على طول الشاطئ التونسي الكثير منها شيد حديثا ومنها ما تم إعادة ترميمه ليتلاءم مع أذواق ومتطلبات كافة السياح ويستمد الطابع المعماري الفندقي التونسي خصوصياته من الطبيعة حيث الجنان المزدهرة وحدائق الياسمين كما تنتشر في المناطق السياحية تشكيلة واسعة من النوادي الترفيهية كالمنتزهات وميادين التزلج.

2 –السياحة العلاجية:

المعالجة بمياه البحر: أصبحت تونس من أهم المقاصد في مجال الاستشفاء والمعالجة بمياه البحر، من خلال قرابة 40 مركزا موزعة على كامل البلاد مستقبلة على مدار السنة عدة

عشرات من طالبي المعالجة منذ 1994 تاريخ فتح أول مركز ترسخت المعرفة وتعمقت الدراية وأصبحت تونس ذات تجربة في الميدان.

3 –السياحة الرياضية:

تحوي تونس 9 ملاعب صولجان بمواصفات دولية تتوزع في أرجاء البلاد.

4 –السياحة الثقافية:

تعد البلاد التونسية احد أهم المتاحف الأثرية المفتوحة في العالم لما تحتويه من معالم أثرية وتاريخية ذات شأن عظيم، ففيها أول مسجد ثم تشييده في بلاد المغرب العربي، ومدنها العتيقة من أفضلها محافظة وجمالا عبر العالم ومن إرثها الحضاري هناك سبعة مواقع صنفتها منظمة اليونيسكو ضمن قائمة التراث العالمي الإنساني.

5 –السياحة الصحراوية:

يوفر الجنوب التونسي مساحات للاكتشاف: الكثبان الرملية العملاقة والآبار والواحات.

ويهدف دعم السياحة تهتم تونس بالتظاهرات والمهرجانات ففي سنة 2013 على سبيل المثال برمجت العديد منها مثل ملكة جمال قرطاج، تونس الموسيقى، المهرجان الدولي للقصور الصحراوية، مهرجان الحامة، Rue vive l'art، أيام الشعر، مهرجان El Khiem Azoua، المؤتمر العالمي للسينما، اليوم العالمي للسياحة...

الإيواء: وبهذه تنمية القطاع السياحي ودعم المنتوج السياحي عمدت تونس إلى الرفع من قدرتها الاستيعابية للسياح وهذا ما يظهر في التطور الحادث على مستوى حظيرتها الفندقية وذلك ما نلاحظه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 05: تطور الطاقة الإيوائية لتونس.

السنة	عدد الفنادق	الطاقة الاستيعابية
1971	226	41000
1980	319	71000
1990	508	116000
2000	736	197000
2006	826	231000
2007	834	235727

المصدر: وزارة السياحة التونسية: http://www.tourisme-gov.tn/index.php?id

من خلال الجدول نلاحظ ارتفاع عد الفنادق من 226 فندق سنة 1971 إلى 834 فندق سنة 2007 وتمثل فنادق 5 نجوم و 4 أو 3 نجوم نسبة 55% بطاقة استيعابية قدرها 80% لسنة 2006، وتمثل نسبة 27% القرى السياحية والإقامات العائلية والفنادق غير المصنفة، بطاقة استيعابية لا تفوق 10%.

وعلى هذا الأساس فتونس خطت خطوات كبيرة في مجال السياحة وهذا يعود لعدة أسباب أهمها سياسة التسويق البياني المعتمدة والتي ترتكز فيها تونس على عدة محاور من اجل تحقيق أهدافها والتي يمكن حصرها في:

- التركيز على الصناعات التقليدية وهي تعد من أهم مجالات التسويق في تونس إذ تشتهر عدة مدن تونسية بعدة منتجات تقليدية كالخزف في نابل كما تشتهر مدن أخرى بصناعات أخرى كالزجاج وهذا ما جعل تونس متحفا فنيا يستقطب النظار.
- التركيز على البنية التحتية من أجل تسويق المنتج السياحي من خلال التركيز على بعض المناطق وتنميتها سياحيا مثل: نابل، سوسة، المنستير، جربة، بالإضافة إلى الاهتمامات بشبكات المياه والصرف الصحي والكهرباء والاتصالات وبناء الفنادق والمنشآت السياحية.
- التركيز على خلق العلاقات الاجتماعية الإيجابية بين تونس والدول الأخرى.
- التركيز على السوق السياحي الأوروبي.
- التركيز على جذب الماركات العالمية إلى تونس وإقامة مهرجانات التسوق[1].

الأثر الاقتصادي المباشر لاستثمارات القطاع السياحي:

يوضع الجدول التغير الحادث في أهم المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي التونسي في الفترة 2007-2012 مع تغيرات للفترة المستقبلية 2013-2023.

جدول رقم 06: التغير الحادث في أهم المؤشرات الاقتصادية للقطاع السياحي التونسي في الفترة 2007-2012 مع تغيرات للفترة المستقبلية 2013-2023.

المؤشرات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2023
إسهام القطاع في إجمالي الناتج المحلي (الإسهام المباشر)	5989.5	5847.0	5818.5	5885.4	4437.2	5068.0	4942.3	7226.9
الوظائف السياحية المباشرة (بالألف)	254.9	256.9	250.9	251.7	189.9	217.0	212.5	236.7
الاستثمارات السياحية	1826.6	1715.4	1567.3	1511.2	1347.4	1308.7	1266.4	1908.7

المصدر: وزارة السياحة التونسية: http://www.tourisme-gov.tn/index.php?id

بتحليل الأرقام الواردة في الجدول أعلاه بين لنا عدد من الملامح والمؤشرات التي تلخص مؤشرات أداء القطاع السياحي التونسي وأثره المباشر في الاقتصاد الوطني للدولة ولعل أهم هذه المؤشرات ما يأتي:

1- وهاب نعمون وداد بورصاص، واقع التسويق السياحي في دول شمال إفريقيا ,ورقة بحثية في الملتقى الوطني حول المقاولتية و تفعيل التسويق السياحي في الجزائر ,قالمة,يومي 23/22 أفريل 2014.

- التراجع الملحوظ في حجم استثمارات القطاع السياحي في الفترة 2010-2012 بالإضافة إلى تراجع الإسهام المباشر للقطاع السياحي في أجمالي الناتج المحلي للدولة في نهاية عام 2012 حيث تناقص الإسهام المباشر للقطاع السياحي في إجمالي الناتج المحلي بنسبة 13.8% خلال الفترة 2010-2012.
- تراجع هذا التراجع في أهم المؤشرات الاقتصادية للقطاع إلى حالة عدم الاستقرار الأمني والسياسي التي صاحبت اضطرابات الثورة الشعبية التي اندلعت أحداثها في 17 ديسمبر 2010[1].

التجربة السياحية المغربية:

قطعت دولة المغرب شوطا جد معتبرا في مجال السياحة، وذلك بالنظر إلى عدد السياح الذين اختاروها لتكون قبلتهم السياحية، فقد سجلت المغرب دخول 10.04 مليون سائح سنة 2013، ويعود هذا النجاح إلى الإستراتيجيات الناجحة التي تبنتها، وفي هذا الإطار فقد سطرت المغرب إستراتيجية لآفاق 2020، أين وضعت لنفسها طموحات يتمثل في جعل المغرب ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح بحلول 2020، كما وضعت هدفا يتلخص في مضاعفة حجم القطاع من حيث:

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد، من بينها 150 ألف سرير فندقي و 50 ألف في مؤسسات مماثلة من أجل توفير تجربة سياحية غنية بالسياح.
- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية.
- مضاعفة عدد الأسفار الداخلية ثلاث مرات بهدف دمقرطة السياحة في البلاد.
- خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموعة التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية.
- الرفع من العائدات السياحية من اجل بلوغ 140 مليار درهم في 2020 أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية في العشرية.
- زيادة نقطتين للناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني من اجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليون درهم مقابل 60 مليار اليوم.

وبهدف التشخيص واقع السياحة في المغرب سنتطرق أولا إلى تطور عدد السواح في المغرب والذي يعكس التطور الكبير التي شهدته السياحة في المغرب.

1- مصطفى أحمد السيد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص ص43-46.

جدول رقم 07: تطور عد السياح بالمغرب 2000–2010.

السنوات	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012
الوصول إلى نقطة الحدود	4278120	7407617	7878639	8341237	9288338	9342133	9375156
عدد الليالي بالفنادق المصنفة	13539567	16893803	16461517	16238581	18020065	16867222	17484130

المصدر: وزارة السياحة المغربية.http://www.tourisme.gov.ma/ar/node

من خلال الجدول السابق نجد أن المغرب قد حقق معدلات نمو جيدة لعدد السياح، حيث انتقل المغرب في ظرف 12 سنة من 4278120 سائح سنة 2000 إلى 9375156 سائح سنة 2012 وعلى الرغم من الظرفية الاقتصادية الدولة الصعبة التي شهدها العالم في السنوات الأخيرة إلا أن المغرب حافظ على مستوى عدد السياح، رغم انخفاض وتيرة النمو والتي كانت أقل مقارنة بسنوات سابقة، أين نلاحظ انخفاض معدل النمو من سنة 2000 إلى 202.

والمغرب أصبح من أهم الدول السياحية ومن العوامل التي ساهمت وبدرجة كبيرة في هذا النجاح ويتضمن:

1 –المنتوج السياحي:

يشمل المنتوج السياحي المغربي العديد من الأنواع السياحية الساحلية والثقافية، سياحة الخدمات المعدنية، سياحة الصناعات التقليدية والصحراوية والسياحة الجليدية، سياحة الغولف ولعل من أهم أنواع السياحة بالمغرب السياحة الشاطئية والسياحة الثقافية والدليل على ذلك الطاقة الإيوائية والتي يتركز أساسا في المدن الساحلية وكما يتركز أيضا في المدن ذات الطابع التاريخ الثقافي.

جدول رقم 08: تطور الطاقة الإيوائية حسب عدد الأسرة وحسب المدن سنة 2012.

المدن	مراكش	الدار البيضاء	فاس	ورزازات	طنجة	الرباط	تطوان	مكناس	مزبان	العوبر موغادور	وجدة البعدي	وآخرون
الأسرة	62673	31336	15304	8374	8028	7920	5437	5396	3408	3004	5053	7205

المصدر: وزارة السياحة المغربية.http://www.tourisme.gov.ma/ar/node

تولى المغرب اهتماما كبيرا بتوسيع حظيرتها الفندقية قد عرفت هذه الأخيرة تطورا كبيرا على مدى السنوات السابقة وهذا ما وضحه الجدول التالي:

جدول رقم 09: تطور الطاقة الإيوائية.

	2000	2010	2011	2012
فندق 5 نجوم	15006	28025	30461	32507
فندق 4 نجوم	26935	46666	46846	46599
فندق 3 نجوم	17925	24772	25580	27843
فندق 2 نجوم	9768	13656	13537	13957
فندق نجمة واحدة	5246	9815	10326	12179
الإقامات السياحية	4641	11612	15632	15812
أندية فندقية	15659	19584	20046	20149
الرياضي	–	15604	17844	20621
الآخرون	–	3402	3835	4358
المجموع	95180	173133	184125	194025

المصدر: وزارة السياحة المغربية.http://www.tourisme.gov.ma/ar/node

ومن خلال الجدول نلاحظ أن المغرب انتقلت في فترة 12 سنة من 9518 سرير سنة 2000 إلى 194025 سرير سنة 2012.

النقل: يبلغ عد مؤسسات النقل السياحي بالمغرب سنة 2013 حوالي 1000 مقاولة تتوفر تقريبا على حظيرة تظم 4000 حافلة نقل ولتسهيل الإجراءات التي يباشرها المستثمر قصد الحصول على رخصة النقل السياحي بالمغرب تم الاعتماد مقارنة جهوية من خلال إشراك فعال ومباشر للمصالح الخارجية ووزارتي السياحة والنقل.

الإطعام: تعمل المغرب على بناء سمعة وشهرة عالمية في مجال المطعمة الدولية وذلك المشاركة في عدة معارض دولية متخصصة في فن الذواقة، وبالتالي أصبح فن الطبخ رئيسيا للتراث الثقافي المغربي غذ يمثل عنصرا رئيسيا يساهم في الترويج السياحي.

التسعير: عملت المغرب على تحديد سياسة تسعيرية شاملة وملائمة لتموقع المنتوج السياحي وذلك بعد القيام بدراسات معمقة في المجال ومن بين الإجراءات التي تم اعتمادها والتي تسعى من خلالها إلى تحديد السعر المناسب هي توقيع المغرب سنة 2006 ببروكسيل على اتفاق "الأجواء المفتوحة" مع الاتحاد الأوروبي وإبرام اتفاقيات تعاون في مجال النقل الجوي مع العديد من الدول وذلك لجذب شركات طيران أجنبية وبأسعار تنافسية.

توزيع الأسفار: يخضع نشاط وكيل الأسفار في المغرب إلى القانون المتعلق بالنظام الأساسي لوكالات الأسفار والذي حدد شروط تسليم رخص وكالات السفر وشروط استغلالها[1].

ويتمثل نشاط وكالات السفر في:

- تنظيم الأسفار أو إقامة فردية أو جماعية أو بيع منتجات هذا العمل.
- تقديم خدمات في حالة السفر أو الإقامة ولا سيما حجز وتسليم سندات النقل والإيجار لوسائل النقل لحساب الزبائن.
- تقديم خدمات مرتبطة باستقبال السياح ولا سيما رحلات وزيارات المدن أو المواقع أو المآثر التاريخية، وخدمة المرشدين.
- إنتاج أو بيع الخدمات السياحية، وإنجاز العمليات المرتبطة بتنظيم المؤتمرات أو التظاهرات المماثلة، وكذا بالأنشطة السياحية المرتبطة بالرياضة وصيد السمك والصعود إلى الجبال والتظاهرات الفنية والثقافية.

وعليه فالمغرب أصبح من أهم الدول السياحية وذلك يعود بالدرجة الأولى إلى سياسة التسويق السياحي التي يتبعها والتي تركز على عدة عناصر نذكر منها:

- التركيز على الأنشطة الترفيهية التي يقوم على العناصر الطبيعية.
- بناء هياكل سياحية ذات جودة تلبي احتياجات السياح والأجانب ويتماشى وسلوكهم الاستهلاكي.
- التركيز على السوق السياحي الأوروبي من خلال اعتماد عرض المنتوج السياحي لديهم.
- المشاركة في المعارض الدولية بهدف إبراز الصورة السياحية للمغرب[2].

1- وهاب نعمون، واقع التسويق السياحي في دول شمال إفريقيا، مرجع سبق ذكره، ص109.

2- المرجع السابق مباشرة، ص110.

خاتمة الفصل:

تعبر السياحة عن كافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة الأصلي بهدف تلبية وإشباع رغبات الترفيه والراحة أو القيام بالأعمال أو العلاج أو حتى لممارسة مختلف الرياضات أو القيام بالأعمال بمختلف الشعائر الدينية....

تطورت السياحة حتى أصبحت في بداية السبعينات وحتى بداية القرن العشرين ثاني أهم بند في التجارة العالمية، حيث يلعب هذا القطاع دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة وذلك لإسهامها في زيادة الدخل القومي إلى جانب دورها المعهود في تقريب المستويات الاقتصادية الإقليمية، كذلك دورها في دعم ميزان المدفوعات و تنشيط الاستثمارات.

الفصل الثالث:

واقع وإستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

مقدمة الفصل:

نظرا لازدياد أهمية السياحة من لناحية الاقتصادية الكلية ومن الناحية الإستراتيجية أصبح الاهتمام بها من الأشياء الضرورية في العالم ككل كوسيلة من وسائل تحقيق التنمية الشاملة، إلا أن نجاح الإستراتيجية السياحية لأي دولة لا يكون ممكنا إلا بوجود سياسات وخطط مدروسة وعليه لأي دولة تريد استغلال هذه الإمكانات إلا إذا امتلكت هياكل سياحية واستثمارات ملائمة وتسعى الجزائر في السنوات الأخيرة غلى محاولة إعادة بناء صورتها السياحية من خلال توفير الهياكل المناسبة والتظاهرات تساعد على استقطاب السياح لتصبح بذلك الجزائر قطبا سياحيا عالميا.

يعتبر قطاع السياحة في الجزائر مورد بديلا لقطاع النفط، كجزء من إستراتيجية التنمية الوطنية في تنويع الاقتصاد، قامت الدولة بتعبئة الموارد لتحويل الصناعة إلى محرك للتنمية الاجتماعية والاقتصادية إلى من شانها خلق مناصب شغل، تحفيز الاستثمار وتعزيز القطاع الخاص، ومن المتوقع أن يؤثر قطاع السياحة مصدرا حقيقيا للتنمية الوطنية من خلال آثاره المتوقعة، وبالتالي تنظر الدولة الجزائرية إلى قطاع السياحة على أنها أولوية اقتصادية وطنية، وهي جزء من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) على شكل التزام سياسي لآفاق 2025 وعليه سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: إستراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر لآفاق 2025.

المبحث الثالث: أهم معوقات الاستثمار السياحي والتوصيات المستخلصة.

المبحث الرابع: أثر وانعكاسات الاستثمار الأجنبي المباشر على السياحة.

المبحث الأول: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.

تهدف الإستراتيجية التنموية من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية إلى وضع أسس لصناعة حقيقية، من خلال إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية 2025، قصد ترقية الاستثمار والشراكة وتنويع العرض السياحي وتحسين الخدمات وتصحيح الصورة السياحية للبلاد، مما أدى إلى تدفق رؤوس الموال الوطنية والأجنبية في هذا القطا من خلال المشاريع المختلفة.

وتركز الإستراتيجية التنموية الجديدة على جلب المستثمرين والمتعاملين بخلق شروط تشجيع وتحفيز ويتعلق الأمر بالضمانات القانونية فيما يخص الاستثمار وتحويل الأرباح ومساعدات عينية لتمكنه من الحصول على العقارات.

في إطار الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها الجزائر جراء الانفتاح الاقتصادي على العالم الخارجي إثر انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة والشراكة الأوروبية نجم عنها عدة نشاطات ومؤتمرات وزيادة في حجم الأنشطة الاقتصادية ما أظهر الحاجة إلى سياحة الأعمال والمؤتمرات، كما تشكل السياحة الصحراوية المنتوج المتميز لسياحة الأجانب وهو يسجل عجزا من الإيواء قياسا بالطلب الحالي.

ونظرا للإمكانية السياحية التي تتمتع بها الجزائر ولعودة الاستقرار الأمني يوجد حاليا مشاريع استثمار محلية وأجنبية في عدد منمدن السياحية.

المطلب الأول: فرص الاستثمار السياحي في الجزائر.

تملك الجزائر فرص سياحية ملموسة لمواجهة وبدون صعوبة تنمية صناعية سياحية مستدامة، وهذا ما يسعى إليه كل مستثمر إذا ما استعملت بصفة عقلانية ستصبح قطاعات سياحيا عالميا من بينها:

- تواجدها من مقربة كبيرة من الأسواق الأوروبية المصدرة.
- الانضمام لمنظمة التجارة العالمية واعتمادها منطقة تبادل حر مع الاتحاد الأوروبي في 2010.
- ثروات طبيعية وتاريخية ميزة كذلك تعدد وتنوع مناطق الجزائر ومناظرها المختلفة مما سيؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية خاصة المنتوج الصحراوي الذي يعتبر الأكثر جذبا للسواح الأجانب.
- وجود نسيج صناعي قادر على إنشاء سياحة أعمال كبداية استجمام واسترخاء على مستوى عال.
- اعتبار قطاع السياحة من طرق الدولة قطاعا له أولوية مما يضمن مزايا وضمانات هامة.

- وجود بنية سياحية تحتية بالرغم من أنها ضعيفة إلا أنها سمحت بمعرفة العالم السياحي ومتطلباته كما تحتاج الجزائر استثمارات في مجال النقل ووكالات ومكاتب السفر والسياحة ليكمل البنية التحتية.
- فرصة الاستفادة من دروس التنمية السياحية التي قامت بها الدولة الأخرى مثل تونس والمغرب في مجال الخوصصة ،فمؤسسات القطاع السياحي معروضة للخوصصة للمستثمرين المحليين والأجانب بأشكال مختلفة من خلال عملية الشراكة مع مؤسسة أجنبية.
- وجود موضوعات ثقافية تستقطب مجتمعات واسعة في العالم كمقابر وأضرحة " Saint Augustin" في عنابة للكاثوليكيين دول البحر الأبيض المتوسط.
- "سيدي تيجاني الأبيض سيدي الشيخ" لمجتمعات التيجانيين لدول غرب إفريقيا.
- "سيدي بومدين" في تلمسان للصوفيين.
- "MeghiliaTimokten" في ولاية أدرار ومناشدتها لسياسات ومجتمعات حاوسة (Houssa) في شمال نيجيريا...إلخ.
- تتوزع 22 منطقة توسع سياحي على 16 ولاية من إجمالي 205 منطقة توسع سياحي التي يتوزع بدورها حسب المناطق التالية:
  - ✓ 160 منطقة توزع على الطول الساحلي، موزعة على 14 ولاية ساحلية وذلك بمساحة تقدر بـــ 38182,60 هكتار.
  - ✓ مناطق التوسع السياحي للهضاب العليا التي تشمل على 22 منطقة موزعة على 9 ولايات داخلية تبلغ مساحتها 6464,83 هكتار.
  - ✓ أما الجنوب فتوجد به 23 منطقة موزعة على 8 ولايات في الجنوب والجنوب الكبير، تقدر هذه المساحة بـــ 9728,19 هكتار.

فقد منحت الأولية لـــ ""جانت وتمنراست اللتان تحظيان باهتمام خاص بسبب مكانتهما في نظر السياح وكذا كونهما من الوجهات السياحية المفضلة لدى السياح الأجانب؟، لهذا الغرض تم وضع إستراتيجية تنمية مستدامة للسياحة في الجزائر إلى آفاق 2025.

ب- الإطار القانوني والتشريعي للتنمية السياحية.

السياحة لا يمكن أن تشكل عاملا للتنمية إلا إذا سعت إلى تحقيق تنمية مستدامة أي تثمين كل التراث بمختلف أشكاله لذلك يجب أن يعتمد التطور السياحي عل معايير دائمة، بحيث لا يؤثر على البيئة في المدى البعيد لذا عملت الجزائر على سن مجموعة من القوانين تهدف إلى تحقيق تنمية سياحية.

يحظى الاستثمار السياحي بتدابير دعم وتشجيع متنوعة وهكذا على المستوى التشريعي والتحضيري سواء تلك المنصوص عليها في إطار القانون رقم 01-03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 والمتعلق

بالتنمية المستدامة للسياحة والقانون 03-03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية كذلك والمرسوم التنفيذي الخاص بتنظيم عمل وكالات السياحة والأسفار.

1 -القانون الخاص بالتنمية السياحية المستدامة[1].

قانون رقم 03-01 يتعلق بالتنمية السياحية المستدامة والمساهمة في تنمية القطاع على المدى الطويل وكذلك وسائل إنجاز مخطط التنظيم التقني والمالي للقطاع.

- أهداف القانون:

تهدف الدولة من خلال هذا القانون إلى تحقيق الاستغلال الأمثل لجميع الثروات الطبيعية والمادية والحفاظ عليها من خلال:

- ✓ إنشاء مخطط تهيئة السياحة.
- ✓ ترقية الاستثمار والشراكة الأجنبية.
- ✓ إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية السياحية من خلال ترقية الصورة السياحية.
- ✓ تنويع العرض وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- ✓ إعادة تهيئة الحظيرة الفندقية.
- ✓ ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي.
- ✓ إنشاء المجلس الوطني للسياحة مهامه إعطاء نظرة عن السياسة الوطنية للسياحة واقتراح التدابير الواجب إتباعها لتطوير السياحة.

2 -القانون المتعلق باستعمال واستغلال الشواطئ السياحية[2].

جاء القانون رقم 03-02 بمبادئ شروط وكيفية استغلال الشواطئ وبعض التعاريف:

- ✓ الشاطئ: شريط إقليمي للساحل الطبيعي يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستواها خلال السنة في الظروف الجوية العادية والملحقات المتاحة لها والتي تضم حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لاستقبال بعض الهيئات بغرض استغلالها سياحيا.
- ✓ موسم الاصطياف: فترة من السنة تبدأ من 1 يونيو إلى 30 سبتمبر تتخذ خلالها الجهات المعنية كل التدابير والإجراءات اللازمة من أجل استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية.

1- الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19 فيفري 2003، القانون رقم 01/03.

2- القانون رقم 02/03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19 فيفري 2003.

- ✓ التهيئة السياحية: جملة التجهيزات والأشغال المنجزة من أجل السماح للاستغلال السياحي للشواطئ.
- ✓ المستغل: كل شخص طبيعي أو اعتباري، حائز على حق امتياز للاستغلال السياحي للشواطئ[1].

- الأهداف:
  - ✓ حماية وتثمين الشواطئ قصد استفادة المصطفين منها بالسياحة والاستجمام والخدمات المرتبة بها.
  - ✓ توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة.
  - ✓ تحسين إقامة المصطافين.
  - ✓ تحديد نظام التسلية مدمج ومتناسب مع النشاطات السياحية الشاطئية.

3 –القانون المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية.

قانون رقم 03–03[2] يضم مبادئ وقواعد حماية وترقية مناطق التوسع والمواقع السياحية.

حيث يهتم هذا القانون بحل مشكل العقار السياحي، من خلال بعض الإجراءات التي تتمثل في:

- ✓ إعطاء مهام وأعمال شراء وامتلاك وتهيئة الأراضي السياحية للوكالة الوطنية لتطوير السياحي ANDT[3].
- ✓ مراقبة وحماية مناطق التوسع السياحي.
- ✓ العمل على تسهيل إجراءات شراء الأراضي المخصصة للنشاطات السياحية.
- ✓ المحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية واستغلالها لأغراض سياحية.

4 –المرسوم التنفيذي الخاص بتنظيم عمل وكالات السياحة والأسفار.

إن المرسوم التنفيذي الخاص بتنظيم عمل وكالات السياحة والأسفار المعدل في يونيو 2010 دخل حيز التنفيذ في سنة 2011.

كما أن هذا المرسوم التنفيذي يهدف إلى تنظيم وعصرنة وتطوير نوعية الخدمات السياحية التي تقدمها هذه الوكالات لفائدة الزبائن، كما ينص هذا الاعتماد في السابق غير محدد الآجال، ويلزم صاحب الوكالة تقديم طلب لتجديد اعتماد مؤسسته في ظرف ثلاث أشهر قبل انتهاء مدة صلاحية الاعتماد.

1– الملحق الخاص بالاستثمار السياحي.

2– الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19 فيفري 2003، القانون رقم 03/03.

3– ANDT : Agence De Développement Touristique

المطلب الثاني: الوضعية الحالية للاستثمار السياحي

1. انتعاش الاستثمار السياحي:

لقد حظيت الصناعة السياحية في أوقاتنا الراهنة بأهمية قصوى وغاية بالغة، كما أن للنشاط السياحي نتائج وآثار على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي، وفي الحقل البيئي والعمراني وله أثر واضح في حياة المجتمعات والشعوب، ومن أجل تحريك القطاع السياحي من خلال انتعاش الاستثمار السياحي قامت الدولة بمنح مجموعة من الحوافز المالية والجبائية للاستثمار.

- قدم قانون المالية التكميلي 2009 حوافز مالية للمستثمرين بما فيها خصم خفض تكلفة العقار السياحي وذلك بـــ 50% في منطقة الهضاب العليا و 80% في منطقة الصحراء، وامتيازات عقارية 33 سنة قابلة للتجديد مرتين، إعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA) للشركة ذات الصلة بالقطاع إلى غاية 2019.
- دعم أسعار الفائدة على القروض البنكية للاستثمارات السياحية وذلك بـــ: 03% في ولايات الشمال و4.5% في ولايات الجنوب.
- إنشاء جهاز مساعد للاستثمار من خلال صندوق دعم الاستثمارات من أجل الترويج ونوعية النشاطات السياحية.
- إعفاء من رسوم التسجيل في تأسيس الشركات العاملة في السياحة بالإضافة إلى الزيادات في رأس المال.[1]

2. النتائج المحققة خلال الفترة بين (2008- 2014):

- تحقيق 2.5 مليون سائح.
- توفير 75000 سرير منها 42000 ذات جودة عالية.
- 523 مشروع استثماري محقق منذ 2008 من طرف الوطنيين أصحاب الأراضي وأصحاب التمويل الذاتي، يوفر 50680 سرير موزعة حسب الفئات التالية:

تتفرع هذه المشاريع حسب نوع المنتج إلى 05 أنشطة:

- 70.4% حضرية.
- 21.4% منتجعات.
- 4.4% الرعاية والصحة.
- 2.2%صحراوية.
- 1.5% مناخية.

[1] محمد نادية، الاستثمار الأجنبي المباشر ودوره في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر3، 2012- 2013، ص 211.

أخذت السياحة الحضرية النصيب الأكبر نظرا لأهميتها.

– تتوزع جغرافيا طاقات الإيواء الجديدة على 07 أقطاب سياحية بإجمالي 523 مشروع كما يلي:

* قطب شمال– غرب 104 مشروع.
* قطب شمال– وسط 156 مشروع.
* قطب شمال– شرق 142 مشروع.
* قطب واحات 71 مشروع.
* قطب طاسيلي 08 مشاريع.
* قطب توت– قورارة 35 مشروع.
* قطب أهقار 07 مشاريع.

من المعطيات نلاحظ أن أغلب المشاريع السياحية موجودة في قطب شمال– وسط.

– توزع جغرافيا الفنادق ذات الجودة العالية حسب نوع المنتج والأقطاب السياحية:

11 فندق 05 نجوم باقة 4550 سرير تتوزع إلى ثلاث أقطاب:

الأقطاب	فنادق حضرية	فنادق للرعاية والصحة	فندق على البحر
شمال – شرق	01	–	02
شمال – وسط	02	01	–
شمال – غرب	05	–	–

08 فنادق 04 نجوم باقة 2190 وتتوزع إلى قطبين:

الأقطاب	فنادق حضرية	فنادق للرعاية والصحة	فندق على البحر
شمال – شرق	02	01	–
شمال – وسط	05	–	–
شمال – غرب	–	–	–

24 فندق 03 نجوم باقة 4645 سرير وتتوزع إلى 04 أقطاب:

الأقطاب	فنادق حضرية	فنادق للرعاية والصحة	فندق على البحر
شمال – شرق	07	–	02
شمال – وسط	06	–	–
شمال – غرب	02	01	02
واحات	02	01	–

من خلال هذه المعطيات نلاحظ تدفق ملحوظ يصل إلى 76% لعدد التدفقات السياحية إلى الجزائر، إلا أن هذا الطلب يقابله طاقات إيواء مناسبة لاستغلالها وهي متوسطة 68%.

3. توسيع القطاع السياحي:

يدعو المخطط التوجهي للتهيئة السياحية 2025 إلى إنشاء سبعة مناطق سياحية، ولقد تم تقسيم الشمال إلى 03 مناطق استثمارية، بينما يمثل الجنوب 04 مناطق.

ولقد خطط في هذه المناطق 14 قرية سياحية وتمت الموافقة على 523 من قبل وزارة السياحة والمتوقع أن ترتفع قدرات الإيواء بـــ 60000 سرير، إذ غالبية الهياكل الفندقية حضرية 52%، ساحلية 27%، صحراوية 15%، مناخية 06%.

كما فتحت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) أبواب الحصول على الأراضي الحكومية من أجل تشجيع الاستثمار الخاص وخاصة الاستثمار الأجنبي المباشر.

ويعمل المخطط التوجيهي على تطوير و تاهيل العرض عن طريق الاستثمار وبالتالي يدعو إلى:

- حماية العقار السياحي حيث يعتبر وسيلة لدعم الاستثمار حيث تتكون المحفظة السياحية على 205 موقع توسع سياحي (ZET) و مناطق التوسع السياحي، هي كل منطقة أوامتداد من الإقليم يتمتع ب صفات أوخصائص طبيعية،وثقافية،وبشرية،وإبداعية، مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، يمكن استغلالها في تنشيط أو جعل السياحة ذات المردودية أكثر و يقدر بمساحة إجمالية 54377.82 هكتار تتحدد هذه المساحة إلى 3 مناطق لمواقع التوسع السياحي.
- 160 موقع توسع سياحي خاصة بمنطقة السواحل بمساحة تقدر 38182.60 هكتار
- 22 موقع توسع سياحي خاصة بالصحراء بمساحة تقدر ب 9728.19 هكتار
- 23 موقع توسع سياحي خاصة بالهضاب العليا بمساحة 6464.83 هكتار

من بين (205) ZET موقع توسع سياحي ، (57) ZET قيد الدراسة ، ولقد اتمت تهيئة 22 موقع توسع سياحي والجدول التالي يوضح حوالي 16 ولاية تتوزع فيها المواقع السياحية بمساحة إجمالية تقدر بـــ : 1439.86 هكتار و التي توفر طاقة إجمالية تقدر ب 48102 سرير إلى مايلي :

جدول رقم 09:المرافق السياحية وفقا لبرامج تهيئة 22 موقع توسع سياحي

المرافق السياحية	الطاقة السريرية
منشات الإيواء	44148
11فندق05 نجوم	4850
19 فندق04 نجوم	9620
13 فندق 03 نجوم	4220
08 فنادق02 نجوم	1800
15 شقق_فنادق	7068
2390فيلات_اقامات_شقق ذات طابع واحد	16590
منشات رياضية و لياقة بدنية	3954
04 مراكز العلاج بمياه البحر	1800
05 مراكز الرياضة والترفيه	2154

المصدر : من إعداد الباحثتين بناءا على وثائق
AGENCE NATIONALE DU DEVELOPEMENT DU TOURISM

المطلب الثالث :أهم الشركات الأجنبية المستثمرة في الجزائر

أولا : أهم الشركات الأجنبية المستثمرة في الجزائر

بدأت عدة شركات فندقية دولية للاستثمارات في إطار الشركات المختلطة ويمكن تحديد أهم هذه الشركات التي دخلت في إنجاز عدة مشاريع سياحية فيما يلي:

- اشتركت سنة 1988 المجموعة الكنديةPGL مع الديوان الوطني للسياحة لإنشاء شركة مختلطة سميت Segtour تسمح بإنجاز مركبتين شاطئيتين بمرسى بن مهيدي وسكيكدة وفنادق في الجنوب بحنات وإليزي وعين امياس ومخيمات في الهوقار والطاسيلي وفنادق في منطقتي وهران وقسنطينة بمجموعة 3000 سرير وتكون نسبة التمويل لهذه المشاريع 51% مخصصة للجزائر و49% للأجانب.
- أمضت مجموعة Accor سنة 1989 عقدا مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط هدفه استغلال فندق الحامة بالجزائر العاصمة يسع لـــ 700 سرير، ويكون مسيرا من طرف مؤسسة Sofitel كما وضعت مجموعة Accor برنامجا تطمع من خلاله فتح 20 فندق حنة نهاية 2000 خاصة في المدن الكبرى المتمركزة في المناطق الشاطئية وفي منطقة الجنوب غير

مستغلة وهذا حسب أنواع الفروع التابعة لها، Sofitel، Urbis، Novotel، وتبلغ طاقة الإيواء لهذه الفنادق 4720 فندق.

- في سنة 2001 أنشأت شركة تطوير الفندقة (SDH) وهي شركة مختلطة (SIH) و Fico2a الليبية لإنجاز فندقين من طراز شيراطون في وهران وحاسي مسعود 92 مليون دولار.
- مجموعة SAFIR الكويتية تقوم بتسيير فندق مزفران الذي رمم حديثا.
- في سنة 2004 قامت فرنسا باستثمار مشترك في الجزائر لفنادق Accor مع مجموعة MEHRI بنسبة 50% لكل جهة لإنشاء 36 فندقا من فئة الثلاث والأربع نجوم وهي موزعة على عدة مدن ذات التدفقات السياحية في المرحلة الأولى منها الجزائر العاصمة، قسنطينة، وهران، عنابة وتليها مدن أخرى هامة بالجنوب الجزائري.
- سنة 2005 افتتاح فندق شيراطون وهران وهو أول مشروع يتحقق في إطار الشراكة الجزائرية الليبية في مجال الفندقة حيث بلغ حجم المشروع 122 مليون دولار أمريكي مخصص لسياحة الأعمال بالدرجة الأولى حيث يحتوي على 324 غرفة وجناح رئاسي، كما ستوسع هذه الشراكة إلى مشاريع أخرى منها فندق خمس نجوم بالعاصمة وآخر بحاسي مسعود يمثل قيمة الاستثمارات الليبية في الجزائر إلى 500 مليون دولار أمريكي.
- وفي نفس السنة قام المستثمار السعودي سيدار بالاستثمار المباشر في الجزائر من خلال إنشاء ثلاث مشاريع سياحية ضخمة بتكلفة تقدر بـــ 280 مليون أورو.
- سنة 2007 قامت سويسرا بإنشاء فندق 274 غرفة للمستثمر MARIOT.
- كما كان للكويت كذلك الخط من خلال المستثمر FAKI بالمشاركة في رأس المال وتسيير فندق الأوراسي[1].

1- شركة ذات أسهم المسماة شركة المنشآت أكوى فندقية.

"المدينة المائية أكوى سكيكدة"

النشاط: قرية سياحية ومنتزه للراحة مكون من:

- مركز معالجة بالماء وفندق.
- سكنات فندقية (260).
- سكنات فردية (26).
- منتزه الألعاب المائية.
- مطاعم.
- مسرح على الهواء.

[1] ouvrage collectif dirige par Fabrice Hatem, la filière tourisme dans les pays méditerranéens, note de documents ANIMA N°17 juin, p82.

- مساحات للتسوق وقاعات العرض....إلأخ.

2- شركة ذات أسهم المسماة سيتي مول City Mall.

- النشاط: فندق 4 نجوم، ذات قدرة استيعاب 142 غرفة.
- مساهمة أسيكوم: 67%.
- الشركاء: شخص طبيعي وأطراف آخرون.
- تنفيذ المشروع: بداية الربع الثالث في سنة 2011.

3- شركةSHIFABE.

- النشاط: فندق 4 نجوم، ذات قدرة استيعاب 150 غرفة.
- المقر: بجاية.
- مساهمة أسيكوم: 100%.
- تنفيذ المشروع: بداية السداسي الثاني من 2015.

إنجازات الفترة ما بين 2013-2016 ومشاريع قيد الإنجاز.

- إنشاء مركب سياحي بسيدي فرج به 4 عمارات بـــ 22 طابقا.
- 4 فنادق 4 و5 نجوم بباب الزوار (مجمع فندقي).
- 4000 سرير جديد زائد 25000 منصب شغل في مختلف التخصصات.
- مشاريع تتوفر على 25000 سرير.[1]

ثانيا: المشاريع الكبرى قيد الإنجاز.

- **ارتقاب تسليم أكبر مجمع فندقي سياحي في الجزائر بداية 2017**

- من المرتقب أن تسلم شركة "تراست ريل استات" أكبر مشروع فندقي وسياحي في الجزائر، في غضون بداية 2017. ويضم المشروع المقام بالعاصمة أربعة فنادق ومنتجعات بعلامة المجموعة الدولية ''ماريوت''، فضلا عن مركز تجاري يضم أكبر العلامات الدولية . المشروع الذي تفوق مساحته الإجمالية المغطاة 280ألف متر مربع، سيضم مجمعات فندقية وإقامية، بما في ذلك 4 أبراج إقامية ذات 14 طابقا، وبرج متطور خاص بفندق 5 نجوم، مع مطاعم بانورامية ومولات تجارية ومكاتب أعمال وشقق إقامية، أماكن للراحة والترفيه، ومستودعان للسيارات تحت الأرض، كما يوفر 10 آلاف منصب عمل، منها 3000 منصب عمل قار .وقد قاربت نسبة الأشغال، حسب مصدر مقرب من قطاع السياحة، 80 في المائة مع نهاية السنة الحالية، في وقت أسندت للشركة الأردنية "أرت لاين" مهمة التهيئة الداخلية

[1] www.asicomdz./azticle.13,13.html,le 7/06/2017, à 23 :06.

والخارجية. وتم تصميم المركب على شاكلة "المروج روتانا الفندقي" بدبي، ويوفر أكبر مساحة فندقية في الجزائر ومجمعات أخرى في ماليزيا .

- ويعتبر المشروع أيضا الأهم من نوعه في الجزائر بقيمة استثمارية تفوق 250 مليون دولار، ويمتد على مساحة 40398 متر مربع ومساحة مبنية بـــ280545 متر مربع، ويشتمل على 9 أبراج من 14 طابقا وبنايتين وبناية مركزية من ثلاثة طوابق، تم إدماجها في مجمع واحد مرتكز على ثلاثة طوابق تحت الأرض على مساحة 87930 متر مربع مهيأة لاستقبال أكثر من 1610 مكان أو مقعد.
- واستفاد المشروع من شراكة قائمة مع المجموعة والعلامة الدولية ''ماريوت''، حيث يتم إقامة فندق من ''خمس نجوم'' ''ماريوت أنترناشيونالريسورت'' على مساحة 37072 متر مربع و216 غرفة وفندق ثان من أربع نجوم ''ماريوت كوريارد'' على مساحة 30274 متر مربع و275 غرفة، إضافة إلى فندق شقق بعلامة ''ماريوت ايكزيكيوتيفأبارتمانت'' من 5 نجوم على مساحة 32879 متر مربع و185 شقق وملاحق من 63 إلى 116 متر مربع، فضلا عن 147 شقة فندقية من 4 نجوم بعلامة ''ماريوت ريزيدانس اين'' على مساحة 16337 متر مربع، أي ما مجموعه 832 غرفة وشقة بما يعادل 1100 سرير، تم الاتفاق على تجهيزها وفقا لآخر المقاييس الخاصة بالعلامة الأمريكية والدولية ''ماريوت.''
- وكشف المصدر ذاته أن العلامة الدولية الأمريكية ''ماريوت ليميتد'' ستتكفل، وفقا لاتفاق مبرم، بالتسيير لمدة 35 سنة. على صعيد آخر، يشتمل المجمع الفندقي والسياحي على 5 أبراج مخصصة للمكاتب والأعمال على مساحة 62483 متر مربع وتتوفر بها كافة الخدمات، إضافة إلى مركب تجاري يمتد على مساحة 92412 متر مربع، سيستقبل عدة علامات دولية تم الاتفاق معها وحظيرة سيارات تتسع لـــ2300 سيارة .
- وأبرم المجمع الأردني القطري ''تراست ريل إيستات'' عقد الإنجاز مع الشركة التركية ''أي. بي. سي'' نهاية 2007 لتحقيق المشروع.[1]

- **مجمع إيطالي يحصل على أضخم مشروع سياحي في الجزائر**

- حاز مجمع شركات بناء إيطالية على اكبر وأضخم مشروع سياحي جزائري يقام بجنوب البلاد منذ الاستقلال، ممثلا في المنتجع السياحي "واحة وردة الصحراء "OASIS Rose du désert" " بولاية ورقلة، وهي العلمية التي اتت في خضم إعصار الفساد الذي طال الشركات الايطالية بالجزائر، ويطرح التساؤل حول فوز هذا المجمع بهذه الصفقة الضخمة المسيلة للعاب.

1 http://www.elkhabar.com/press/article/96003/ ارتقاب-تسليم-أكبر-مجمع-فندقي-سياحي-في-الجزائر-بداية-2017 le 10/06/2017, à 22:37.

- وفي السياق، وحسب ما توفر من معلومات لـــ "الشروق"، فإن مصالح وزارة السياحة قد منحت أكبر مشروع سياحي جزائري بالجنوب منذ الاستقلال لمجمع شركاء إنشاء ايطالية، موضحة أن هذا المشروع يعتبر منتجعا سياحيا عالميا، بتكلفة تفوق مليار و 300مليون أورو، ما يفوق 13ألف مليار سنتيم، ويتربع على مساحة إجمالية تقدر بـــ 150هكتار، ويتضمن بناء منتجع سياحي جد عصري، بمواصفات عالمية من أجل تحويله إلى مقصد سياحي عالمي في قلب الصحراء، على أن تنتهي الأشغال خلال 18شهرا.
- وسيقوم مجمع الشركات الايطالية للإنشاء والأشغال العمومية، الذي مقره منطقة ساليرنو جنوب ايطاليا، بمباشرة عمليات الانجاز مطلع سبتمبر المقبل، حيث يتواجد المشروع في المنطقة التي تتوسط كلا من ورقلة وحاسي ومسعود وتقرت، ويتوفر على 200فيلا فاخرة، وحديقة مائية مساحتها 20هكتارا، وبحيرة اصطناعية، ومركز رياضي بمساحة 9هكتار، به ملاعب لكرة القدم والتنس وميدان للغولف وقاعة للتدليك، وفندق بـــ 200غرفة "سويت " ومسجد يتسع لـــ 4آلاف مصل .
- وستكون مصالح وزير السياحة، عمار غول، مجبرة على متابعة المشروع من جانبين، الأول ايطالي والثاني سعودي، كون المشروع تم تقاسمه بنسبة 70بالمئة للطرف الايطالي، و 30 بالمئة لمجمع سعودي، في وقت تعول فيه ذات الوزارة على السياحة كمورد جديد بديل للمحروقات، التي تراجعت مداخيلها وصارت مصدر أرق للسلطات العمومية .
- ويأتي منح هذه الصفقة الضخمة لمجمع الإنشاءات الايطالية هذا، في وقت تعيش فيه الشركات الايطالية بالجزائر أحرج مراحلها، بسبب قضايا الفساد التي طالتها، خاصة قطاع المحروقات، وعلى وجه الخصوص عملاق الطاقة إيني وشركة سايبام، وما يعرف بقضيتي سوناطراك 1 و2 في الجزائر، وفضيحة سوناطراك إيني سايبا،م أو رشوة الـــ 200 مليون أورو في ايطاليا.[1]

المبحث الثاني: إستراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر لآفاق 2025.

تشكل السياحة المحرك الجديد للتنمية المستدامة ودعم النمو والمحرك الرئيسي لقطاع الخدمات في الاقتصاد، نظرا لما لها من مقومات خلق الثورة وفرص العمل وتوفير الدخل الدائم، فإن نمو السياحة واستدامة مواردها وزيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية، يفرض وجود توسع وتعمق الاهتمام والرعاية الحكومية والمجتمعية بهذا القطاع وفقا لأسس ومعايير واضحة ومحددة في إطار الإستراتيجية التنموية للجزائر للفترة الممتدة إلى 2025.

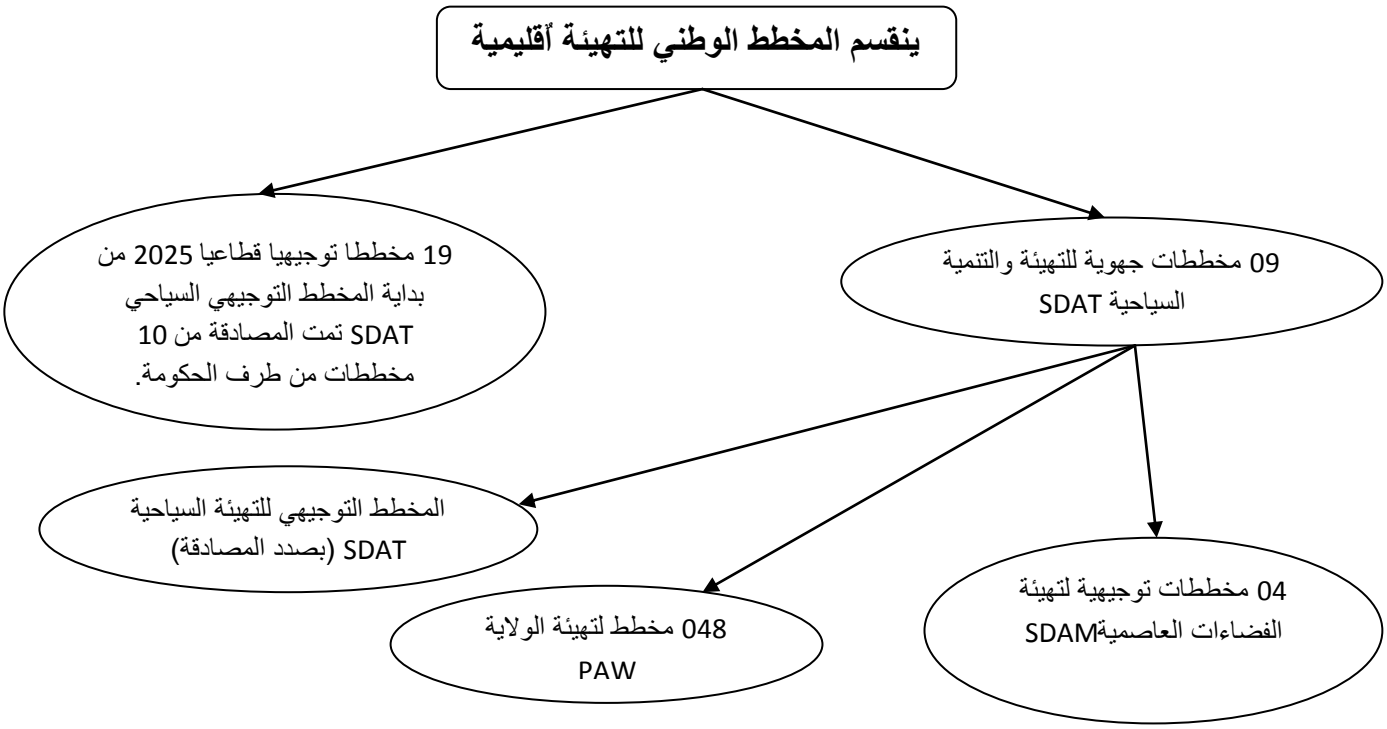
[1] www.echoroukonline.com/ara/article/246385.html, le 7/06/2017, à 23:04.

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

يشمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وهو مخطط تقف الدولة إلى جانبه حيث يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الوثيقة التي تعلن الدولة من خللها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر[1].

والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية م.ت.ت.س (SDAT): هو حصيلة ناضجة لمسار من الأبحاث والتحريات، الدراسات، الخبرات والمشاورات فهو حصيلة دراسة واسعة تمت مع المتعاملين الوطنيين والمحليين الخواص منهم والعموميين، طيلة الجلسات الجهوية والإثراء التي عقدها، حيث تكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT 2025"[2].

الشكل رقم 12: م.ت.ت.س (SDAT) جزء من م.و.ت (SDNC).



المصدر: وزارة التهيئة الإقليم، التنمية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 1، الجزائر، جانفي 2008، ص11.

1- صليحة عشي، الأداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر تونس والمغرب، رسالة دكتوراه، العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010، ص122.

2- وزارة تهيئة الإقليم، البنية السياحية، المخطط التوجيهي السياحي 2025، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، الجزائر، 2008، ص4.

المطلب الثاني: الأهداف المسطرة للمخطط م.ت.ت.س "SADT 2025".

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 قدم تعاريف للأهداف المادية وأشكال الميزانية المنتظرة كما حدث الأهداف المادية على أساس الأهداف النقدية لتلبية الطلب الوطني والدولي:

1. الأهدافالعامة:

تتمثل الأهداف العامة للمخطط في :

– 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.

– التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية .

– تثمين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فان استراتيجيات السياحة المتواصلة عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.

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

2. الأهداف المادية للمرحلة2008–2015 :

يمكن تلخيص الأهداف المادية للمرحلة2008–2015 في الجدول التالي:

جدول رقم 10:خطة الأعمال السياحية لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي	%1.7	3%
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة و غير مباشرة	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008 ، ص18 .

من خلال الجدول رقم نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع بداية الفترة كان في حدود1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007 ، أما عدد الأسرة، فإن مستوى التطور المستهدف حدد ب 1,8 ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر ب 1,3 مرة خلال الفترة 2015 ، في حين قدرت الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة 2007 ، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007 ، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في بداية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142.800 مقعدا بيداغوجيا.

المطلب الثالث: الإنجازات المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ت.س 2025).

1 - المشاريع[1]:

أما عن المشاريع المسطرة المدرجة ضمن هذا المخطط فيقدر عددها بـــ 80 مشروع موزعة على الأقطاب السياحية على النحو المبين في الجدول التالي.

جدول رقم 11: توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (آفاق 2025).

الأقطاب السياحية للامتياز	عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز	عدد المشاريع
شمال شرق	23	جنوب غرب (الوحدات)	04
شمال وسط	32	الجنوب الكبير (توات، القرارة) الجنوب الكبير (الأهقار)	02 01
شمال غرب	18	الجنوب الكبير (الطاسيلي)	00
المجموع		**80**	

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البنية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق SDAT 2025، الكتاب 05، المشاريع ذات الأولية السياحية، الجزائر، جانفي، 2008، ص6.

من معطيات الجدول رقم 11 نلاحظ أن المخطط قد أهمل وبدرجة كبيرة تنمية السياحة في الأقطاب السياحية التي تنتمي للقسم الجنوبي للبلاد، بالرغم مما تزخر به هذه الأخيرة من مؤهلات لا تقل عن أهمية السياحة الساحلية بحيث أننا نجد 73 مشروع في الشمال مقابل 7 فقط في الجنوب.

2 - الفنادق[2]:

1- فاطمة الزهراء زرواطي، الجاذبية السياحية الصحراوية في الجزائر التموقع المرتقب، الملتقى الوطني المرتقب حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي يوم 27 و28 أفريل 2014، ص18.

2- المرجع السابق مباشرة، ص19.

أما بالنسبة للفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق 274 فندق بـــ 29386 سرير.

جدول رقم 12: الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق.

الأقطاب	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	86	5965
القطب السياحي شمال وسط	49	9295
القطب السياحي شمال غرب	85	10146
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي جنوب الكبير طاسيلي	01	150
القطب السياحي جنوب الكبير	04	225
المجموع	**274**	**29386**

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البنية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق SDAT 2025، الكتاب 05، المشاريع ذات الأولية السياحية، الجزائر، جانفي، 2008، ص9.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 أن مجموع عدد الفنادق في الأقطاب الأربعة الجنوبية تعادل 54 فندقا مقابل 220 فندق في الأقطاب الثلاثة الشمالية وهذا يعتبر تهميش لدور وأهمية المناطق السياحية الصحراوية.

3 -**القرى السياحية**[1]:

أما بالنسبة للقرى السياحية هناك 20 قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتناسب مع الطلب الدولي والوطني.

1- فاطمة الزهراء زرواطي، مرجع سبق ذكره، ص20.

جدول رقم 13: القرى السياحية.

الأقطاب	اسم المشروع	المستثمر	الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مسيدة	الشركة الإماراتية Elle	2440
	القرية السياحية سيدي سالم	الشركة السعودية سيدار	4938
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية أقربون بجاية	سيفيتال	1282
	القرية السياحية صيران بومرداس	الشركة الإماراتية Elle	2697
	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	الشركة الأمريكية التونسية الجزائر سياح	17510
	القرية السياحية عين طاية الجزائر	الشركة الإماراتية Elleوالمجموعة الكويتية	5985
	القرية السياحية موريتي الجزائر	المجموعة الإماراتية EMIRAL	2004
	القرية السياحية الساحل الجزائر	شركة التنمية الفندقية الجزائر	460
	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360
	القرية السياحية زرالدة	الشركة السعودية سيدار	6885
	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	الشركة الإماراتية الإعمار	1240
	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيبازة	مجموعة سيفيتال	1426
القطب السياحي شمال غرب	الحلم السياحي وهران	مراغ وهران	5900
	القرية السياحية هيليوسكريستيل وهران	إقامة هيليوفرنسا	220
	موسكاردا تلمسان	الشركة الإماراتية Elle	92
القطب السياحي جنوب غرب	قصر ساسينتيميمون ادرار	مجموع الجنوب SID	1000
القطب السياحي شمال وسط	حثية دنيا الجزائر	الشركة الإماراتية Elle	

المصدر: سي محمد نادية، الاستثمار الأجنبي المباشر ودوره في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر3، 2013، ص 94.

نلاحظ من الجدول رقم 13: أن المشاريع المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة لآفاق 2025 فيما يخص القرى السياحية التي وزعت على عدة أقطاب في الوطن أنها قد أهملت المناطق الصحراوية، فنصيب القطب السياحي جنوب غرب الذي يضم ساسين، أدرار، حظي بنسبة أسرة 92

فقط على عكس المناطق الأخرى والشمالية على وجه الخصوص التي كانت لها الحصة الأكبر، مع العلم أن السواح الأجانب الوافدون للجزائر يهتمون أكثر بالسياحة الصحراوية، وهذا ما يوجب على الجهات المعنية إعادة النظر في التقسيم السياحي في الجزائر.

المبحث الثالث: معوقات الاستثمار السياحي.

تشير التقارير المعدة من قبل الهيئات المختلفة حول مناخ الاستثمار في الجزائر يبقى بعيدا عن طموحات الاقتصاد الجزائري والسير إلى الأمام نحو التنمية الاقتصادية من خلال إزالة كل العراقيل والحواجز التي تعترض الاستثمار، حيث يشير التقرير المشترك بين اللجنة الأوروبية والمكتب الأمريكي شلومبرغر الذي كشف عن جملة من العراقيل التي تقف أمام الاستثمار في الجزائر، إذ أكدت معظم الآراء على وجود عقبات كبيرة أمام تدفق الاستثمارات إلى الجزائر، وبما أن الاستثمار السياحي في الجزائر جزء لا يتجزأ من الاستثمار العام، فكل العراقيل التي تقف أمام الاستثمار بصفة عامة تقف كذلك أمام الاستثمارات السياحية سواء كانت هذه الاستثمارات السياحية محلية أو أجنبية وبالتالي سوف نعالج في هذه النقطة أهم العراقيل والمعوقات التي تقف أمام الاستثمار السياحي في الجزائر.

المطلب الأول: مشكلة العقار السياحي.

يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، نظرا لتعقد الإجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى، وحاليا لا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من العراقيل والممارسات منها ما هو موضوعي، ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة والمضاربة في العقار.

أولا: أنواع العقار وخصائصه:

يتم تصنيف العقار في الجزائر إلى عقارات خاصة بالجانب السكني التي تضم السقف والمنازل وعقارات تجارية لمحلات البيع والمراكز التجارية، والعقارات الزراعية والفلاحية وهناك أيضا عقارات الإدارات العمومية والحكومية، بالإضافة إلى لعقارات الصناعية[1].

شهد العقار في الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية موجة من المضاربة والسمسرة، إذ أصبح العقار مصدر للثراء والربح السريع، مم ألحق أضرار جسيمة بالاقتصاد الوطني وتعطيل العديد من المشاريع التنموية، بالإضافة إلى تحويل العديد من الأراضي الزراعية لغرض البناء، وهي ظاهرة استفحلت كثيرا في الجزائر حيث أصبح توسع المباني على حساب الأراضي الخصبة الصالحة للزراعة دون تدخل الجهات المختصة لوقف مثل هذا الزحف غلى الأراضي الزراعية، حيث يهدد هذا كثيرا الزراعة والفلاحة الجزائرية في المستقبل.

1– بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، العدد 05، 2007، ص61.

ضف إلى ذلك احتكار البلديات للأراضي وفرض أسعار إدارية ساهمت في انتشار مشكلة المضاربة في العقار، بالإضافة إلى تحويل جزء من الأراضي خصصت لتشجيع الاستثمار وأدرجت بطرق مختلفة وغير قانونية ضمن المساحات المخصصة للبناء، ولقد عملت كل الأسباب السابقة الذكر إلى تعميق مشكلة العقار في الجزائر وعملت على خلق سوق موازية للعقار والمضاربة فيه، مما قلصت من إتاحة الفرصة أمام الاستثمار في الجزائر[1].

ثانيا: إشكالية العقار السياحي:

يتطلب النشاط في العقار السياحي موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية من فنادق ومراكز سياحية، وهنا نذكر عدة تلاعبات وعمليات مضاربة استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال، وعليه جاء القانون 03/03 الصادر في 2003/02/17 المتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية فقد جاء في المادة 20 منه ما يلي: ""تشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأملاك العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص.

ورغم هذه الإجراءات القانونية تبقى هناك عراقيل حالت دون تثمين مناطق التوسع ومنها:

- سوء التسيير.
- عدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بتحديد الموارد السياحية.
- التأخر في تحضير مناطق التوسع السياحي وتهيئتها بسبب نقص إمكانيات الدراسة[2].
- عدم وجود الأدوات والآليات المختصة في تسيير العقار السياحي.
- قلة الموارد المالية للدراسات العامة للتهيئة السياحية وتجهيزها بالمرافق الأساسية.
- عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي.

والاستثمار السياحي في الجزائر عادة ما يصطدم بمشكل تعدد ملكية نفس الوعاء العقاري، سواء كان ملكية خاصة، ملكية وطنية عامة أو ملكية وطنية خاصة، ضف إلى ذلك فالمستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا يعاني من غلاء العقار في الجزائر مقارنة مع ما هو موجود في الدول المجاورة، إذ أن اقتناء عقار لأجل إقامة مشروع عادة ما تكلف من 20 إلى 30% من رأس المال المستثمر[3].

بالإضافة إلى كل هذا نجد العقار السياحي يواجه عراقيل عدة ومشاكل أخرى هي:

1- المرجع السابق مباشرة، ص62.

2- يحياوي إلهام، بوحديد ليلى، مساهمة الاستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي بالجزائر، ورقة بحثية، الملتقى العلمي الدولي الثاني بعنوان الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة يومي 26 و 27 نوفمبر 2014، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص06.

3- مجيطنة مسعود، معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الملتقى العلمي الثامن حول تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر، دراسة حالة بعض الدول العربية الإسلامية، ص11.

- الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي وانتشار البناءات الفوضوية وغير شرعية بهذه المناطق.
- تراجع مساحات مناطق التوسع السياحي نظرا للتدهور الحاصل في المواقع السياحية.
- تدهور الموارد الطبيعية من خلال نهب الرمال وغياب قاعد العمران، مما أدى إلى تغيير الموارد عن طبيعتها السياحية.
- تعرض العقار السياحي للمضاربة في الصفقات العقارية وذلك بالأراضي الواقعة بالمناطق التوسع السياحي[1].

ثالثا:آليات البرمجة للقضاء على مشكلة العقار السياحي.

من أجل توفير محيط محفز يساعد على بناء صناعية تنافسية يتم فيها تشجيع الاستثمار الخاص والشراكة وجلب الاستثمار الخارجي وتخلي الدولة عن الاستثمار إلا إذا كان تدخلها ضروريا وهاما يتمثل في تسيير ومراقبة وتهيئة الظروف اللازمة له وتتمثل في أهم التدابير التي اتخذتها الدولة لدعم الاستثمار السياحي فيما يلي:

* التوصيات المستخلصة من أشغال الورشة المخصصة للعقار السياحي:

يتجلى مم سبق ذكره أن تمويل الاستثمار السياحي يستلزم بصفة خاصة اتحداث مؤسسة بنكية متخصصة وتدابير مالية تحفيزية.

- ضرورة تخصيص أوعية عقارية ملائمة للنشاط السياحي.
- مرافقة المستثمرين لتمكينهم من تسوية وضعية ممتلكاتهم.
- ضرورة تكفل الدولة بتوصيل مختلف الشبكات إلى الأراضي والأوعية المخصصة للاستثمار السياحي[2].

في إطار الأراضي المخصصة للاستثمار يتعلق الأمر بأربعة قرارات:

- التنازل عن الأراضي للمستثمرين، تخضع للمواصفات عن طريق اتفاق ودي.
- تخفيض رسم الإيجار إلى 90% خلال فترة إنجاز الاستثمار، و 50% خلال فترة بدء استغلال المشروع.
- إنشاء تخصيص ميزانية تصل إلى 15 مليار دج سنويا ما بين الفترة 2011–2012 لصالح المجتمعات المحلية لإعادة تأهيل وتطير مناطق النشاطات (ZAC).

1– بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص64.

2– وزارة السياحة والصناعة التقليدية، اللقاء حول الاستثمار السياحي، 12 جانفي 2011.

- إنشاء دعم للميزانية وقروض طويلة الأجل من خلال الصندوق الوطني للاستثمار لإنجاز 3 منطقة جديدة صناعية بلغ مجموعها حوالي 4000 هكتار في أرجاء الوطن وذلك في الأيام المقبلة[1].

المطلب الثاني: مشكلة تمويل الاستثمار السياحي.

يسفر عادة تحليل وتقييم البنك لدراسة الجدوى المقدمة له من إدارة المشروع طالب التمويل عن بعض ملاحظات تتفاوت في أهميتها وفي درجة تأثيرها على قرار البنك بشأن التمويل[2].

فقد يتضح من مراجعة بنود التعاليق الاستثمارية للمشروع أنه لم يأخذ في الاعتبار بطريق السهر أو الخطأ تكلفة بعض العناصر، أو أن بعضها قد قدر بأقل من الواجب أو أنه لم يتخذ الاحتياطات المناسبة لاحتمال ارتفاع الأسعار وفقا للمؤشرات الاقتصادية المتاحة[3].

ومن أمثلة ذلك عدم إدخال مصروفات التدريب وتجارب التشغيل بدقة ضمن مصروفات ما قبل التشغيل أو عدم الأخذ في الحسبان تكلفة إنشاء مباني سكنية أو وسائل انتقال للعمال رغم بعد موقع المشروع أو عدم توافر سبل ميسرة للمواصلات، أو تقدير تكاليف توصيل المرافق العامة للمشروع بأقل من اللازم، أو عدم الاحتياط المناسب لارتفاع أسعار تكلفة بعض الأصول كالمباني والإنشاءات والمعدات أو لمواجهة تقلبات أسعار الصرف للعملات المستخدمة في سداد قيمة الآلات في حالة الشراء بعملات غير عملة القرض المطلوب للمشروع أو عدم الدقة في حساب فئات الرسوم الجمركية المستحقة على الأصول المستوردة من الخارج، أو تقدير تكلفة التمويل بأقل من الواجب؟.وقد تبين وجود اختلاف في هيكل التمويل لتغيير حجم التكلفة الاستثمارية الأمر الذي قد يتطلب تعديل حجم كل من الأموال المطلوب اقتراضها وتلك الممولة من أصحاب المشروع للوصول إلى علاقة مقبولة من لناحية التمويلية[4].

وفي مجال مراجعة إيرادات المشروع قد تبين أن هناك مغالاة في تحديد سعر بيع منتجات المشروع أو أن دراسة السوق لم تأخذ في الاعتبار بدقة ظروف المنافسة من بعض المشروعات التي على وشك الافتتاح وقد يكون هناك تفاؤل في حساب تدرج الطاقة الإنتاجية للتشغيل على مدار العمر الإنتاجي للمشروع أو خطأ في احتساب تكاليف التشغيل.

1- خطاب مجلس الوزراء تحت رئاسة رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة في الجزائر، 22 فبراير 2011، الأحكام الجديدة التي تحفز وتشجع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

2- محمد عثمان إسماعيل، التمويل والإدارة المالية في منظمات الأعمال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995، ص286.

3- مصطفى رشيد شيحة، اقتصاديات النقود والمصارف والمال، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص171.

4- شراد جميلة، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمى لخضر الوادي، الجزائر، 2015، ص44.

ويتطلب المر من البنك في الأحوال السابقة ما يماثلها تصويب دراسة الجدوى المقدمة إليه في ضوء ما توصل إليه فحصه من ملاحظات وفي بعض الحالات يعاد حساب التكاليف الاستثمارية للمشروع وهيكل التمويل وتصوير قوائم الدخل والتدفقات النقدية ويتبع إجراء هذه التعديلات إعادة حساب المؤشرات المختلفة للربحية وأهمها إيجاد الفترة الزمنية لاسترداد التكلفة الاستثمارية للمشروع والقيمة الحالية لصافي التدفقات بمعدل خصم بعكس تكلفة الفرصة البديلة وحساب معدل العائد الداخلي للاستثمار.

تواجه البنوك مشكلة الاختبار عند اتخاذ القرارات التمويلية والمفاضلة بين فرص الاستثمار المختلفة أخذة في الاعتبار ما تسعى إليه من استخدام الموارد المتاحة بكفاءة لإنجاز اكبر عدد من الأهداف المطلوب تحقيقها في ظل السياسة الاستثمارية والأولويات المحددة لها، وكلما جاءت القرارات الاستثمارية التي تتخذها هذه البنوك سليمة كلما أدى ذلك إلى نجاح عملية التنمية ومن أجل ذلك فإنها تعتمد أساسا على دراسات الجدوى لتقييم المشروعات وتحلي ربحيتها التجارية[1].

*** التوصيات المستخلصة من أشغال ورشة تمويل مشاريع الاستثمار السياحي.**

- حث المؤسسات البنكية على وضع حيز التنفيذ كل الإجراءات المتخذة من طرف السلطات العمومية لبعث الاستثمار السياحي.
- تفعيل دور مديريات السياحة والصناعة التقليدية في مرافقة دعم وإعلام المستثمرين خاصة فيم يتعلق بالترتيبات التي جاءت بها مختلف النصوص القانونية والإجراءات التنظيمية.
- إنشاء قرض بنكي خاص بالاستثمار السياحي.
- إنشاء مركز مرافقة لضمان التسيير المنهجي والمرافقة الفعالة للاستثمار.
- ابتاع طرق التعامل المنصوص عليها في القواعد الاقتصادية المعتمدة لدى البنوك قصد وضع الأساليب الناجعة في تطوير علاقات إيجابية بين المستثمرين والممولين[2].

في إطار تحسين تمويل الاستثمار، اتخذت 5 قرارات تنص على ما يلي:

- تمنح خزينة الدولة قروضا طويلة الأجل لصالح البنوك العامة قيمتها 10 مليار دج قابلة للتجديد لتمكينها تمويل مشاريع ذات آجال استحقاق طويلة.
- تعبئة شركات الاستثمار التي تم إنهاء إنشائها من قبل البنوك العامة، لتسيير صناديق استثمارات الولايات، وتعزيز مساهمتها خلال الفترة الأولى، في رأسمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المرغب فيها.

1- سعيد توفيق عبي، الإدارة المالية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، ص156.

2- المرجع السابق مباشرة.

- إطلاق ابتداء من مارس 2011، شركات عامة للتأجير لتخفيف العبء على تكلفة "إيجار – بيع" أجهزة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجديدة التي ترغب في استخدام هذه الأجهزة.
- تنشيط الآليات القائمة لضمان الائتمان للمؤسسات الصغيرة ولمتوسطة وتبسيط الإجراءات وذلك بمساعدة السلطة النقدية.
- تدخل الصندوق الوطني للاستثمار تحت تصرف المستثمرين الذي يرغبون بالمشاركة وذلك بمساهمة تصل إلى 34% في رأسمال والتمويل ومن أجل تشجيع إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة[1].

المطلب الثالث :عوائق أخرى للإستثمار السياحي

عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت الباب أمام الاستثمارات السياحية، فوضعت العديد من الامتيازات بغية جلب الاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي ،ولكن في واقع الأمر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، ومن أهم هذه العراقيل نجد الإجراءات الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي.

أولا–العوائق الإدارية.

يتخبط الاستثمار السياحي في العديد من العراقيل المتعلقة بكثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية الى جانب بروز ظاهرة الفساد الإداري.

1 :كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية:

على الرغم من سلسلة التوجيهات والتوصيات بشأن تبسيط الإجراءات الإدارية وتسريع الخدمات العمومية، إلا أن ثمة جملة من العوائق الإدارية والتنظيمية رسخا انطباعا سيئا لدى المستثمرين، يمكن إجمالها في:

1-عدم وضوح بعض النصوص القانونية، الأمر الذي سمح للمعنيين بتطبيقها بطريقة انتقائية ومتباينة من منطقة وأخرى.

2-تداخل الصلاحيات بين الهيئات، وعدم القدرة على تحديد المسؤوليات بدقة.

3-تعقد وبطئ الإجراءات الإدارية، حيث إن عملية تسجيل مؤسسة تتطلب 18 إجراء و 93 يوما)في المتوسط (و 130 يوما للحصول على رخصة بناء، و 35 يوما لرخص أخرى.

4-صعوبة توفير الخدمات الأساسية للمستثمرين مثل :الماء، الكهرباء، الغاز، خطوط الهواتف، قنوات الصرف الصحية.

1– بيان مشترك للقمة الثلاثية في الجزائر "جنان الميثاق"، 28 ماي 2011، وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

5-تعقد وطول الإجراءات الجمركية، حيث أن عملية جمركة آلات ومعدات مستوردة تتطلب في المتوسط 12 يوما، بالإضافة إلى ضعف التنسيق بين الجهات المعنية(إدارة الجمارك، إدارة الميناء،المكاتب الخاصة المكلفة بتسوية إجراءات العبور...إلخ)

6-عدم كفاءة معدات وتجهيزات الشحن والتفريغ ، الأمر الذي قد يتسبب في مكوث الباخرة في عرض البحر مدة قد تصل إلى7 أيام حتى يتسنى لها الدخول إلى الميناء و7 أيام أخرى للتفريغ.

7-تعدد الرسوم وثقلها وعدم قدرة مصالح الضرائب على التكيف مع المستجدات.[1]

2-الفساد الإداري و غياب الشفافية :

إن كثرة العراقيل وتعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسهيل الإجراءات والحصول على الخدمة. [2]

ويمكن القول أن الفساد الإداري هو سلوك إداري غير رسمي بديل عن السلوك الرسمي تحتمه أسباب داخلية في المنظمات العامة نفسها وأسباب خارجية قد تكون فردية أو جماعية في حالات أخرى، كما قد تكون اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو إدارية أو غيرها، ينطوي على إخلال الفرد الموظف بواجبات وظيفته أو القيام بأعمال محرمة عليه عن قصد رغم علمه بتعليمات عمله بالمنظمة، إما نتيجة الإهمال أو التسيب أو بقصد تعطيل العمل أو بهدف تحقيق مكسب خاص يتحقق حينما يقبل الفرد الرسمي رشوة أو يطلبها أو يبتزها من الآخرين الذين يمثلون عملاء للمنظمة . [3]

ثانيا-العوائق السياسية

إن توافر الاستقرار السياسي كأحد مقومات البيئة السياسية وكعنصر من عناصر المناخ الاستثماري. ويقصد بالبيئة السياسية وجود نظام سياسي مستقر وموقف القوى السياسية من المشروعات الاقتصادية . [4]

وهو كل ما يتعلق بنظام الحكم وشكل الطبقة الحاكمة، والأوضاع الحزبية أو الطبقية ودرجة الوعي والنضوج السياسي، وكل ما يترتب على ذلك من مشكلات سياسية واقتصادية واجتماعية، والواقع أن الدول التي تسودها أوضاع سياسية غير ديمقراطية وغير مستقرة لا يمكنها أن توفر المناخ المناسب

---

[1]- منصوري الزين، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 2، ص ص 139- 140.

[2]- بن لكحل نوال، الأغا تغريد، السياحة في الجزائر مقوماتها ومعوقاتها، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الثاني بعنوان: الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في التنمية المستدامة، يومي 26- 27 نوفمبر 2014، المركز الجامعي تيبازة، ص 16.

[3]- قاسم نايف علوان، تأثير العدالة التنظيمية على انتشار الفساد الإداري، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 7، 2007، ص ص 62- 64.

[4] - www.ahlubaitonline.com/karbala/new/research.php?id=41.le 08/06/2017, à 22 :26.

للاستثمار، خاصة الاستثمار الخاص والوطني والأجنبي، وبالتالي تحد من قدرة الاقتصاد على استيعاب وتوظيف الاستثمار.

فعدم الاستقرار يؤخر من جهة من خطوات التنمية المرسومة لأنه يفضي بالأمور إلى عدم الاستقرار هذا برجال الأعمال في الدول النامية إلى توجيه أموالهم إلى مشروعات لا تضيف إلى بناء التنمية في الاقتصاد الوطني أو إلى اكتنازها ووضعها بعيدا عن مجالات الاستثمار. [1]

ثالثا :العوائق الاقتصادية

1- النقص في البنية التحتية المادية والاجتماعية:

تشمل البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة ما، الطرقات والموانئ والاتصالات، إضافة إلى التعليم والصحة والتكوين ولتعزيز هذه الخدمات الأساسية فائدة مزدوجة في تحسين معيشة الفقراء، وتمكين نمو الشركات وتوسعها، إذ تؤدي الطرقات ذات النوعية الرديئة إلى منع المنتجين الصغار من دخول الأسواق الإقليمية، وإلى إثقالهم بعبء مشاكل النقص في المدخلات الأساسية ، أما البنية التحتية التي تتم صيانتها بشكل جيد فمن شأنها تعزيز التجارة عبر تسريع عملية نقل السلع والمواد الخام، وتأمين استدامة الإنتاج والاتصالات في الوقت المناسب. وتفتقد الجزائر لمشروعات البنية التحتية مثل المواصلات حيث نجد أن بعض المناطق السياحية معزولة لاسيما في الجنوب. [2]

2- محدودية الموارد البشرية:

إن توفير العمالة المؤهلة والمطلوبة للممارسة النشاط السياحي تمثل نقطة ذات أهمية كبرى من وجهة نظر المهتمين بالسياحة، فلا يكفي إقامة المشروعات السياحية الضخمة وتخصيص رؤوس الأموال الكبرى لها ولا نوفر من يقوم بشؤونها تشغيلا وإدارة، إن العمل في القطاع السياحي يتطلب قدرات فنية وإدارية خاصة لمواجهة احتياجات القطاع وتنميتها باستمرار، إن تشغيل أشخاص ينقصهم التأهيل والتدريب الكافي يؤدي إلى فشل هذه المشروعات، فالسياحة هي صناعة خدمات تتطلب مستوى من المهارات سواء الخدمات السياحية المباشرة في المشروعات السياحية أو الخدمات المتصلة بها مثل جوازات السفر، والجمارك ومنح التأشيرة وغيرها من الخدمات الاقتصادية ويظهر عدم الاستقرار الاقتصادي في حالات من أهمها التضخم والتخفيض المستمر لقيمة العملة الوطنية :

-**التضخم:**يعتبر التضخم مظهرا من مظاهر عدم الاستقرار الاقتصادي إذ أنه يبعث على عدم الثقة والطمأنينة للمستثمر ولذلك فإنه يمثل عائقا ونبينه كما يلي:

---

[1]- هني حيزية، بن الطيب حنان، معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر مخطط التهيئة السياحية 2025 – دراسة نموذجية لولاية الشلف، ماستر غير منشورة، جامعة الشلف، 2016، ص ص 66- 67.

[2]- عبد الرزاق مولاي لخضر، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية، دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد 7، 2009، ص 143.

*يؤدي التضخم إلى أعراض رأس المال الأجنبي، وتشجيع الأفراد على تحويل أموالهم إلى الخارج.
*يؤثر التضخم تأثيرا واضحا على الاستثمار غير المباشر مثل القروض، إذ يلحق بالدائن ضررا جسيما.
*يعمل التضخم على توجيه رؤوس الأموال إلى فروع النشاط الاقتصادي الأقل إنتاجية والتي لا تخدم التنمية الاقتصادية في الدولة، أي أنه يؤدي إلى سوء توجيه الاستثمارات.

- تخفيض العملة الوطنية:

يقصد بذلك أن تقرير الدولة تخفيض قيمة الوحدة النقدية الوطنية مقومة بالوحدات الأجنبية، ويؤدي هذا الإجراء بالضرورة إلى تخفيض سعر صرف العملة الوطنية في مواجهة العملات الأخرى، وانخفاض قوتها الشرائية في الخارج. وتلجأ الدولة إلى تخفيض قيمة عملتها الوطنية لأسباب عدة لعل أهمها ما يلي:
-معالجة الاختلال في ميزان المدفوعات الوطني وذلك بتقييد الواردات وتشجيع الصادرات.
-قد تهدف الدولة من تخفيض عملتها إلى علاج مشكلة البطالة في الاقتصاد الوطني. [1]

رابعا :العوائق الثقافية.

وتتمثل أهم المعوقات الثقافية المؤثرة في الجذب السياحي في النقاط التالية: [2]

1-قصور في الوعي :

لدى أصحاب المشروعات الاستثمارية في المجال السياحي بطبيعة الناس وثقافتهم الفرعية بكل مضامينها المختلفة عند التخطيط للمشروعات السياحية، فيجب أن تركز دراسات الجدوى على كل الأبعاد البشرية والاجتماعية والثقافية لتلك المناطق خصوصا عند إنشاء المنتجعات الجبلية والقرى السياحية في المناطق السياحية أو القروية.

2 -عدم الاهتمام بالصناعات البيئية التقليدية:

التي تمثل عنصر جذب هام للسائحين الأجانب وتشجيع الأسر القائمة عليها من جانب المسؤولين الرسميين والجمعيات الوطنية، حيث أن لهذه الأنشطة جدوى اقتصادية اكيدة، بالإضافة إلى إبراز القيم الفنية والجمالية في تراث وثقافة الجماعة المحلية وتعميق الاحساس بأهمية وأصالة هذا التراث واعتزاز الزائرين بهذه القيم.

3 -عدم وجود نشرات أو كتيبات:

تبرز مختلف الخصائص البشرية والتراثية إلى جانب المقومات الطبيعية والاقتصادية في مناطق الجذب السياحي، خصوصا المناطق ذات الثقافات الفرعية مثل مناطق وادي مزاب وجنات والطاسيلي،

---

[1]– عز الدين محمودي، آيت محمد مراد، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر واقع وآفاق، ورقة بحثية، الملتقى الدولي حول: الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، يومي 26– 27 نوفمبر 2014، المركز الجامعي تيبازة، ص 10.

[2]– هني حيزية، بن الطيب حنان، معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر مخطط التهيئة السياحية 2025 – دراسة نموذجية لولاية الشلف، مرجع سبق ذكره، ص ص 74– 75.

ومنطقة الأوراس ومنطقة القبائل...إلخ. إن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لها اليوم أهمية كبيرة ودور استراتيجي في تطوير السياحة.

4 -قلة أو عدم استخدام منتجات البيئة:

كعناصر ثقافية مادية عند تأثيث القرى والمنتجعات السياحية خصوصا في المناطق الصحراوية والقروية والجبلية البعيدة ذات مقومات الجذب المتعددة، بالرغم أن هذا من شأنه أن يخلق انسجاما وتوافقا مع البيئة وسيحقق راحة للسائح المحلي والأجنبي.

المبحث الرابع: أثر وانعكاسات الاستثمار الأجنبي المباشر على السياحة

المطلب الأول: تطور بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2000-2015).

أولا- تدفق عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2000-2015.

يعتبر تطور عدد السياح المتدفقين من بين اهم المؤشرات الدالة على تطور السياحة و ازدهارها في أي بلد و في الجزائر فان هذا المؤشر تطور بشكل إيجابي في الآونة الأخيرة.

من خلال الشكل رقم 13 نلاحظ تزايد في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة 2000-2015 حيث تضاعف عدد السياح بنحو 3 مرات من سنة 2000 أين بلغ 8600 سائح إلى سنة 2014 أين وصل العدد إلى 2301000 سائح و ترجع أسباب هذه الزيادة إلى:

-عودة الأمن و استرجاع الجزائر لصورتها السياحية التي كانت غائبة لعشرية من الزمن.

-الأوضاع السياسية التي تعيشها بعض الدول العربية مثل تونس و مصر مم دفع السياح لاختيار الجزائر كوجهة بديلة أما سنة 2014 فقد بلغ عدد السياح 2301000 سائحا مسجلا تراجعا عن سنة 2013 و ترجع أسباب التراجع إلى تدهور الأوضاع الأمنية في منطقة الساحل مما دفع السياح إلى اختيار وجهات بديلة.

ويمكن توضيح بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000- 2015 في الجدول التالي:

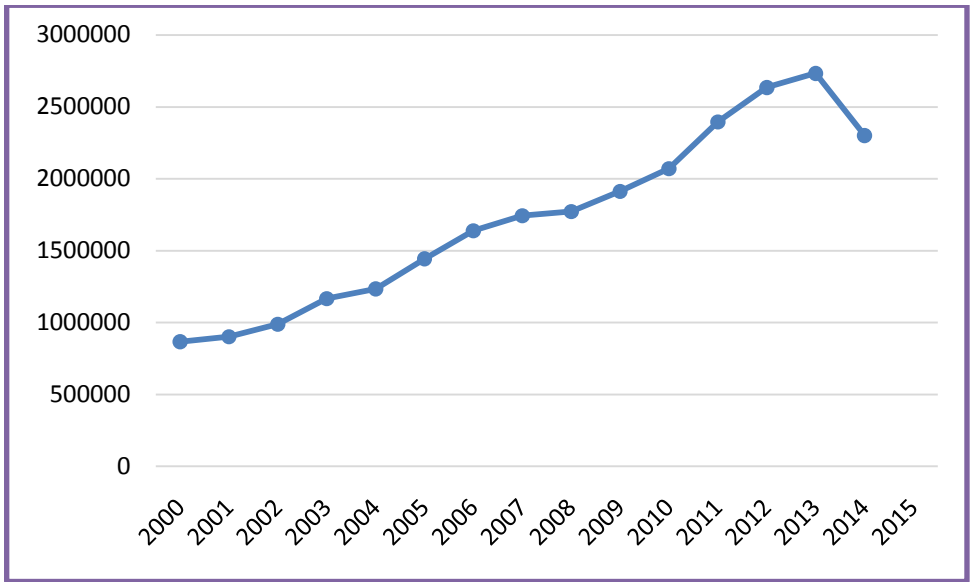
جدول رقم 14: تطور بعض مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000– 2015

السنوات	عدد السياح	الإيرادات السياحية	المساهمة في التشغيل	المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي PIB	طاقات الإيواء	حجم الاستثمارات في القطاع السياحي (مليار دولار)
2000	866000	102	392,4	3,1	77242	0,297
2001	901000	100	338,3	3,2	72485	0,412
2002	988000	111	379,3	3,3	73548	0,628
2003	1166000	112	402,8	3,4	77473	0,85
2004	1234000	178	518,1	3,6	82034	1,84
2005	1443000	184	528	3,9	83895	1,64
2006	1638000	220	576,3	3,3	84869	1,84
2007	1743000	219	546,2	3,2	85000	2,26
2008	1772000	323	515	3,1	85876	2,08
2009	1912000	246	593,2	3,7	86383	1,77
2010	2070000	246	539,4	3,4	92377	1,554
2011	2395000	209	535,4	3,3	92737	1,664
2012	2634000	217	583	3,3	96497	1,774
2013	2733000	367	634,5	3,6	98804	1,814
2014	2301000	347	604,4	3,3	99605	1,991
2015			628,3	3,5		1,6098

المصدر: عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04، جوان 2006، ص 79.

حيث بين الجدول أن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والتطور المرافق له لبعض مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر، ويمكن توضيح ذلك بيانيا كالتالي:

شكل رقم 13: تدفق عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000– 2015)

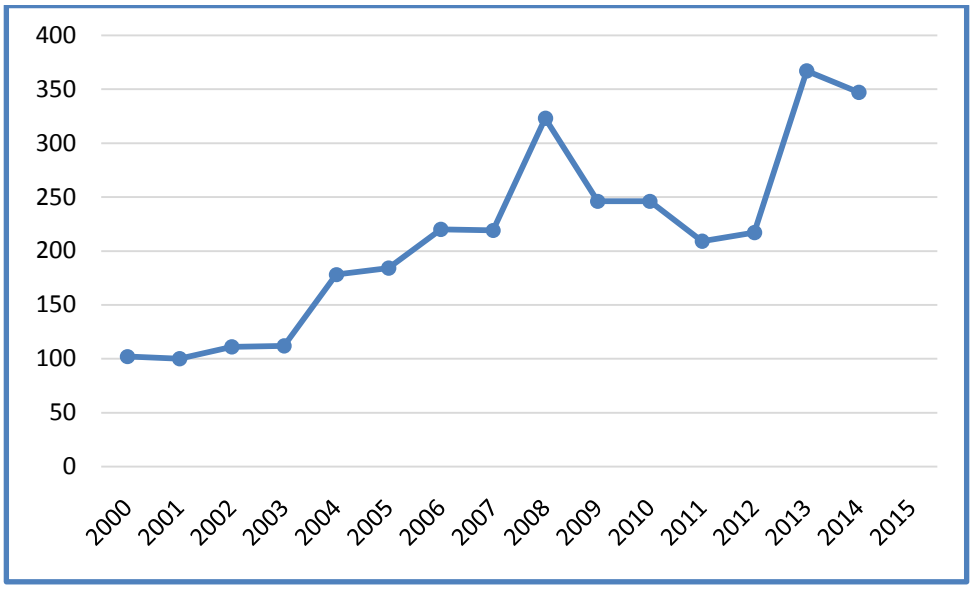


المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

ثانيا– تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة المدروسة.

بالنسبة للإيرادات السياحية بالعملة الصعبة فيلاحظ بانها متذبذبة و ضعيفة إذ ما قورنت بالإمكانيات المتاحة .فقد بلغ متوسط إجمالي الإيرادات السياحية خلال الفترة (2000–2014) 212.06 مليون دولار. و سجلت سنة 2014 انخفاضا في الإيرادات السياحية بنحو 5.44 عن سنة 2013 نتيجة تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وهو ما يظهره الشكل الموالي:

شكل رقم 14: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000– 2015)

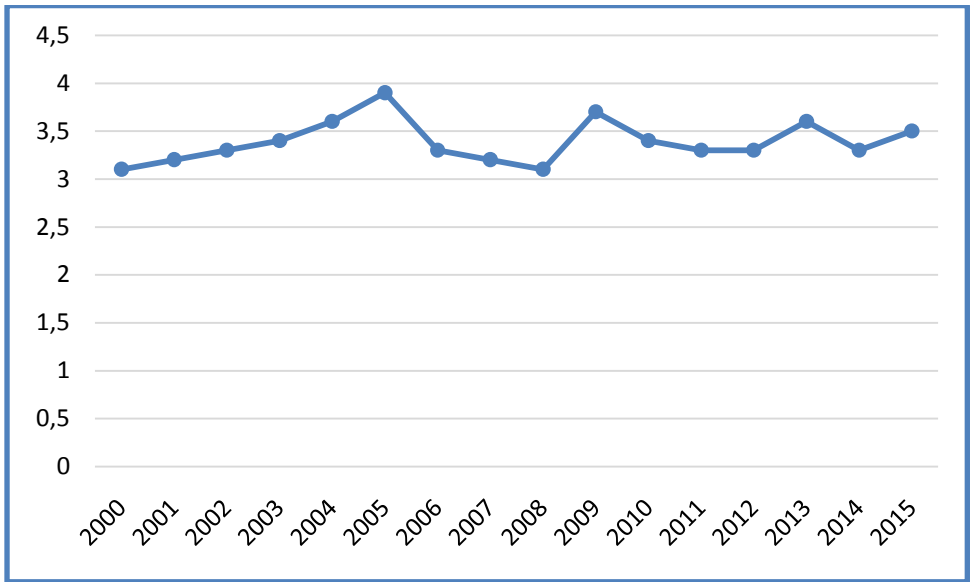


المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

ثالثا– المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي

على الرغم من الجهود المبذولة لتحسين أداء القطاع السياحي في الجزائر،إلا أن مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي لا تزال ضعيفة. فمن خلال الشكل نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الجزائر في الناتج المحلي الإجمالي لم يتعدى 4 خلال الفترة 2000–2015 وهي نسبة ضئيلة جدا ويرجع ضعف مساهمة القطاع السياحي إلى النمو الكبير للإقتصاد الجزائري نتيجة ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية ما أدى إلى التركيز على القطاع النفطي و إهمال باقي القطاعات الأخرى بما فيها القطاع السياحي.

شكل رقم 15: تطور المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)



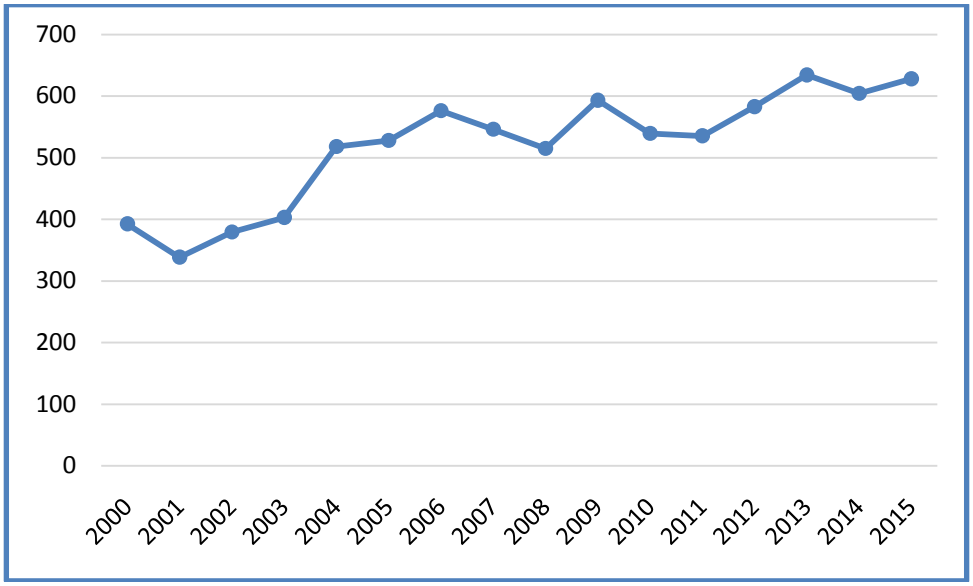
المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

رابعا: مساهمة السياحة في التشغيل

يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات القادرة على خلق مناصب العمل، حتى وإن كانت موسمية، وفي الجزائر تمت ملاحظة تزايد مساهمة هذا القطاع في توفير مناصب العمل، والحد من تنامي نسبة البطالة.

عرف عدد العاملين في القطاع السياحي نموا ملحوظا خلال الفترة 2000-2015 حيث تضاعف بـــ 1.6 مرة من سنة 2000 أين بلغ 3924 ألف موظف ليصل إلى 6283 ألف موظف سنة 2015 إلا أن الرقم المسجل يبقى بعيدا عن الإمكانيات السياحية الكبيرة للجزائر بسبب مراكز الإيواء غير المصنفة والتي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء في الجزائر حيث أن مناصب التوظيف فيها ضعيفة عكس فنادق 5 نجوم و 4 نجوم التي تمتاز بقابلية توظيف أكبر سجلت سنة 2015...6283 ألف عامل مباشر و غير مباشر في القطاع السياحي بزيادة قدرها 3.9 عن سنة 2014 التي سجلت نحو 604.4 ألف عامل مباشر و غير مباشر.

شكل رقم 16: مساهمة السياحة في التشغيل



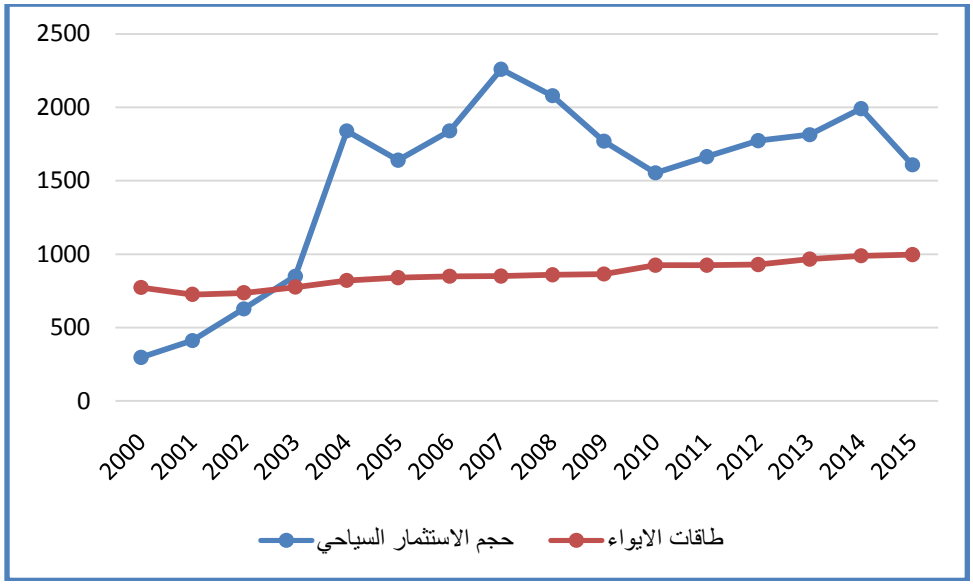
المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

المطلب الثاني: الإستثمارات السياحية وطاقات الإيواء

كما يساهم الاستثمار السياحي في تطوير وزيادة طاقات الإيواء في الجزائر، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

1. علاقة الاستثمار السياحي بطاقات الإيواء

شكل رقم 17: علاقة الاستثمار السياحي بطاقات الإيواء



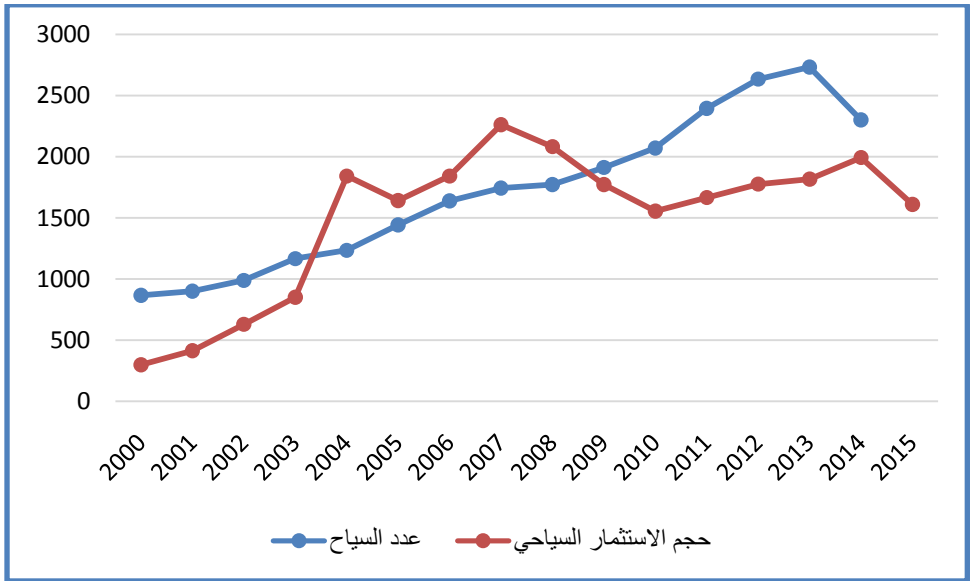
المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

من خلال الشكل السابق يمكننا القول أن هناك علاقة طردية موجبة بين الاستثمار السياحي و طاقات الإيواء حيث نلاحظ أنه كلما زاد حجم الاستثمارات السياحية زادت طاقات الإيواء التي كانت سنة 2000 77242 و التي بلغت سنة 2015 99605.

2. الاستثمارات و عدد السياح:

يؤدي الاستثمار السياحي وتحسين البنية التحتية في الجزائر إلى تزايد عدد السياح، وهو ما يمثله التمثيل البياني التالي:

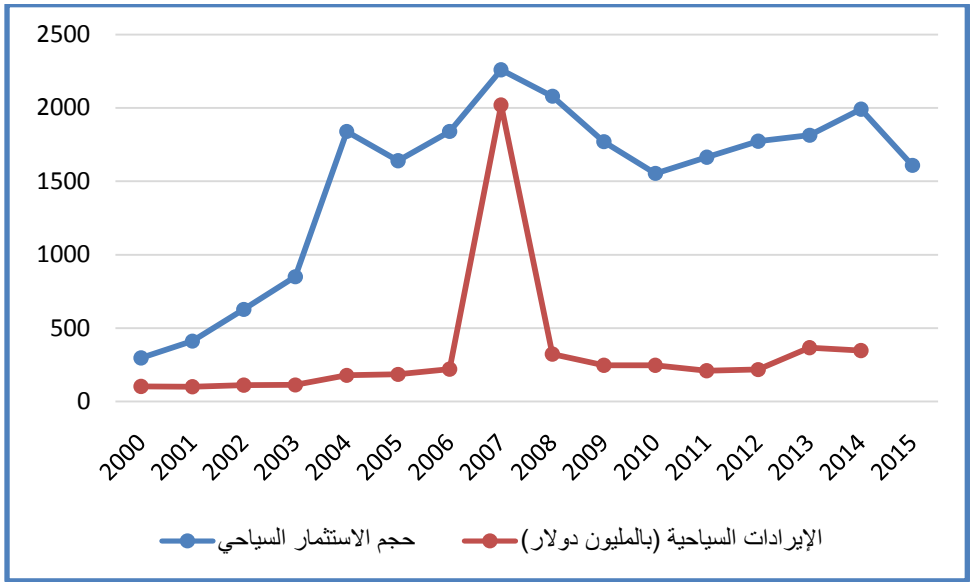
شكل رقم 18: علاقة الاستثمار السياحي بعدد السياح



المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

انطلاقا من المنحنى يتبين لنا مدى العلاقة الموجبة بين المتغيرين (الاستثمار السياحي و عدد السياح) فارتفاع حجم الاستثمارات أدى بشكل ملحوظ الزيادة الكبيرة في عدد السياح من 866000 سنة 2000 إلى 2301000 سنة 2014.

شكل رقم19: علاقة الاستثمار السياحي بحجم الإيرادات السياحية



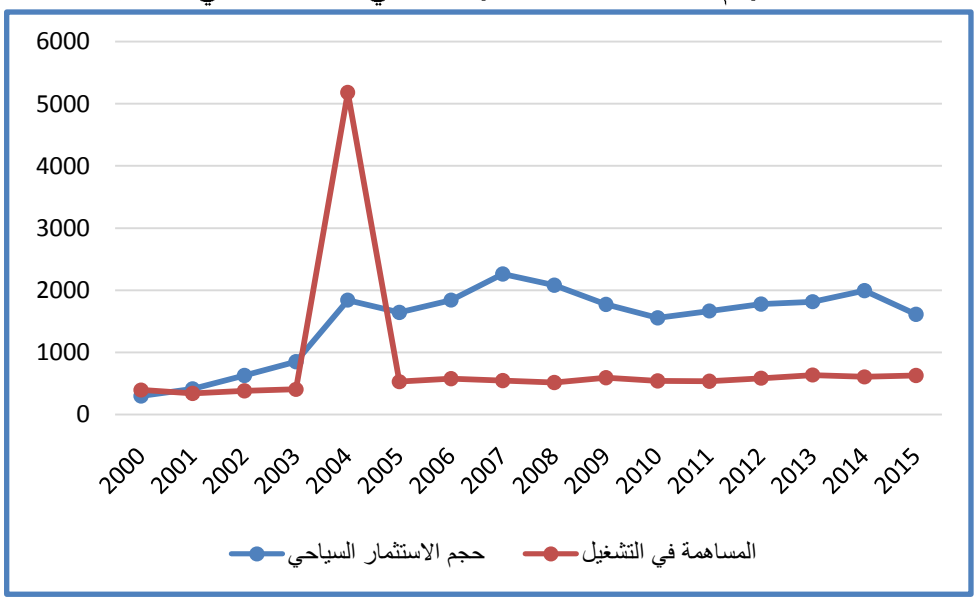
المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

مكننا الشكل السابق من ملاحظة مدى الأثر الإيجابي بين الاستثمار السياحي و حجم الايرادات السياحية حيث بارتفاع الاستثمار يرتفع حجم الإيرادات خاصة سنة 2013 حيث بلغ 367 مليون دولار.

3. الإستثمار السياحي و التشغيل

من خلال دراسة تأثير الاستثمار السياحي في زيادة مناصب الشغل، تم توضيح ذلك بيانيا كالتالي:

شكل رقم20: علاقة الاستثمار السياحي بالمساهمة في التشغيل



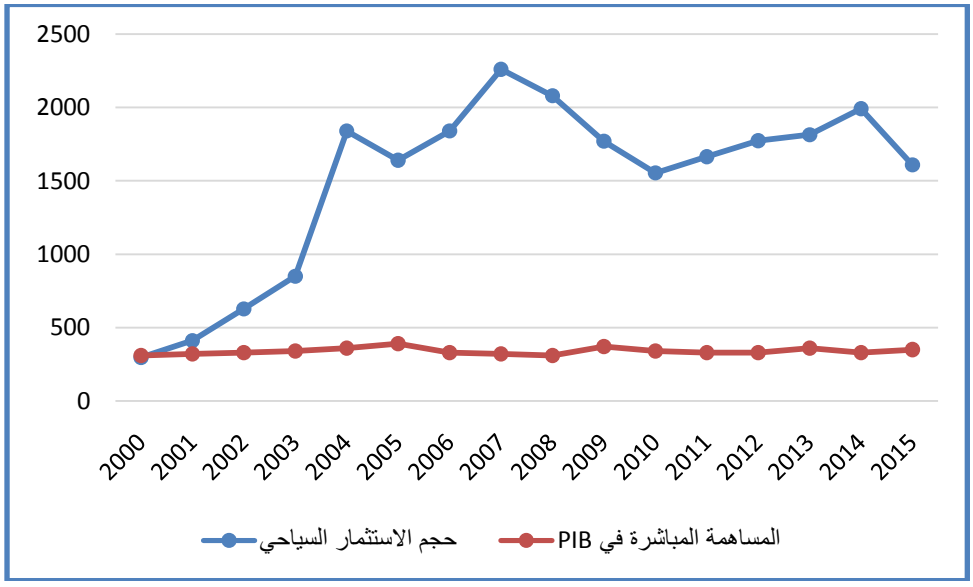
المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

من خلال الشكل السابق يتضح لنا وجود علاقة طردية بين المتغيرين حيث نلاحظ تزايد الإستثمار السياحي مم أدى ذلك إلى زيادة المساهمة في التشغيل خاصة سنة 2004 حيث بلغت 5181.

4. الاستثمار السياحي و الناتج المحلي الإجمالي

يمكن توضيح مساهمة الاستثمار السياحي في الناتج المحلي الإجمالي خلال فترة الدراسة 2000- 2015 بالبيان التالي:

شكل رقم21: علاقة الاستثمار السياحي بالناتج المحلي الإجمالي PIB



المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم 14.

يتبين لنا انطلاقا من الشكل رقم 21 وجود أثر موجب بحيث يمكننا ملاحظة ارتفاع حجم الاستثمار السياحي بوتيرة طفيفة و كذا زيادة الناتج المحلي الإجمالي من 310 إلى 350 خلال الفترة 2000-2015.

من خلال تحليل البيانات السابقة و التمثيل البياني المتعلق بتحديد أثر الإستثمار الأجنبي المباشر على تحسين و تطوير القطاع السياحي في الجزائر نستخلص الأثر الموجب للإستثمار الأجنبي المباشر على تطوير القطاع السياحي في الجزائر خلال فترة الدراسة 2000-2015.

المطلب الثالث : انعكاسات الاستثمار الأجنبي المباشر على السياحة.

تبلور مفهوم تحرير الخدمات السياحية في إزالة القيود المفروضة على تدفقات رؤوس الأموال للاستثمار الأجنبي في مجال الخدمات السياحية ووضع الضوابط الموضوعية على تدفق الاستثمار الأجنبي لمباشر فإن ذلك سوف يساهم في دفع التنمية السياحية لزيادة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وهو ما يحقق هدف من أهداف الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أي دولة، تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة في تحقيق النمو الاقتصادي لمعظم الدول التي تتمتع ببيئة سياحية، إذن تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة فتعمل على حل المشاكل الاقتصادية التي تواجهها تلك الدول، ضف إلى ذلك ما توفره من تطوير للأماكن التي تتمتع بإمكانيات سياحية من خلال تحسين البنى الأساسية، ولقد عملت العديد من الدول خاصة التي تعاني من نقص في الموارد المالية على فتح الأبواب أمام المستثمرين الأجانب في هذا القطاع، فالاستثمار الأجنبي لمباشر في مجال السياحة لن يعود بالنفع على المستثمر الأجنبي فحسب، بل يستفيد من إنفاق السياح في العديد من المجالات وتقصد هنا سائر أنواع الخدمات المتعلقة بالصناعة السياحية مثل: الإنفاق على خدمات المطاعم السياحية، الإنفاق على وسائل لنقل السياحي، الإنفاق على دخول المتاحف، التأمين والاتصالات، بمعنى أكبر ستنشط الصناعات والخدمات المتصلة بالصناعة السياحية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة فالمسلم به في نظرية الاقتصاد أن كل استثمار جديد يولد عنه إنفاق جديد فينشئ دخولا جديدة، بمعنى آخر أن الإنفاق على إنشاء المشروعات السياحية من قبل المستثمرين والدولة وكذا مشروعات البنى الأساسية ومرافق الخدمات العامة يؤدي إلى زيادة دخول الأفراد والمقاولين وغيرهم.

نظرا لاعتبار السياحة مصدرا من مصادر لدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية بمدى تأثيرها على ميزان مدفوعات الدول، ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي (القيمة السافية للميزان السياحي هي الفرق بين إيرادات السياحة، بما فيها إيرادات السياحة الوافدة إلى الدولة السياحية والمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية)، فإذا كان هذا الأخير إيجابي والقيمة الصافية للميزان التجاري سلبية فإنه سيؤدي إلى فائض بالميزان التجاري أو على الأقل يخفف من حدة العجز أما إذا كانت القيمة الصافية للميزان السياحي موجبة وكانت النتيجة الصافية للميزان التجاري موجبة فإن ذلك سينعكس إيجابا على ميزان مدفوعات الدولة.

كما ستستفيد الخزينة العامة للدولة السياحية، من تحصيلات الضرائب المتعلقة بالسياحة والنشطة ذات العلاقة كالضرائب الأرباح التجارية والصناعية والمشروعات السياحية، الضرائب بالدخول رسوم الملاحة البحرية....إلخ.

فالتنمية السياحية التي يوفرها الاستثمار الأجنبي المباشر تساعد على زيادة فرص العمالة المباشرة وغير المباشرة، من خلال ترابطها الأمامي والخلفي وتكاملها مع القطاعات الأخرى مثل: الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعة الأثاث الفندقي، وقطاع المصارف والتامين وغيرها.

لقد أوضحت دراسة سياحية أجراها الخبير الاستشاري (Archer) في منطقة الكريبي أن العمالة المتولدة عن وحدة من الإنفاق في التنمية السياحية تؤدي إلى ضعف العمالة الم تولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر.

وأكدت دراسة أخرى أجراها الخبير (JUDE) في المكسيك أن الاستثمار في الفنادق يؤدي إلى توفير فرص عمالة بمعدل أكبر من الاستثمار في أي قطاع آخر في الاقتصاد المكسيكي، ضف إلى ذلك أن معظم الدراسات التي أجريت أكدت على بناء غرفة فندقية جديدة يخلق ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، وهذا كما يطلق عليه في عالم الاقتصاد (الاستثمار المحفز والعمالة المحفزة)، فتخفيض نسبة البطالة يحقق هدف من أهداف الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أية دولة، وإذا ما عدنا للجانب الاجتماعي فإن السياحة تؤدي إلى رفع مستوى معيشة المجتمعات وكذا رفع مستوى الوعي[1].

1– قراءة أولية في التنمية السياحية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية الشاملة، مقال على الموقع البنكي: 2016/11/24.

خاتمة الفصل:

أصبحت السياحة اليوم ضرورة حتمية وأكيدة أن الجزائر رغم ما تملكه من طاقات نفطية عليها الاستعانة بأكثر من مورد ويعتبر القطاع السياحي مورد إضافي إن أحسن استغلاله كما يجب التفتح على السياحة الأجنبية من أجل الاستفادة من خبراتها، وإقامة علاقات تعاون في هذا الإطار، إلا أن تحقيق التنمية الفاعلة خاصة في القطاع الاقتصادي مرتبطة بفكر الوعي لدى أفراد المجتمع هذا ما يتطلب التموين مع تحقيق ثقافة سياحية لدى كل فرد لبلوغ أهداف سياحية وهي دورها أهداف التنمية رغم الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم، ويعتبر تشجيع الاستثمار السياحي من أهم السياسات التي تنتهجها الجزائر في مجال السياحة على الرغم من ضعفها لكنها موجودة لأن هذه الاستثمارات تتطلب أموالا ضخمة، السياحة الجزائرية بحاجة إلى إرادة سياسية فعالة من أجل تطويرها وتنميتها إلا أننا نجده في الجزائر لم يرتقي بعد إلى المستوى الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته لتخطيط أي مشروع لابد لها من تنفيذ فلا يكفي أن توضع خطط وبرامج فحسب وإنما ينبغي السعي إلى برمجة هذه الخطط في واقع ملموس وهذا هو الشأن بالنسبة لمشاريع ومخطط التنمية السياحية الجزائري.

خاتمة:

مكنتنا دراستنا لهذا البحث من الإجابة على الفرضيات المطروحة في المقدمة بالشكل التالي:

- ضرورة استخدام السياحة كمحرك يحقق التنمية الإقليمية المتوازنة، والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الأقل نموا، والتي تمتلك المصادر والموارد السياحية وتحقيق هدف تنويع القاعدة الاقتصادية لأن السياحة تساهم في جذب رؤوس الأموال إلى البلد من حيث العملات الصعبة كما تسهم في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل للمواطنين في مختلف مناطق البلاد.
- استطعنا من خلال الدراسة نفي الفرضية الثانية، تمتلك الجزائر موارد سياحية هامة إلا أن مساهمة القطاع السياحي حاليا في التنمية بنسبة ضعيفة رغم المؤهلات الطبيعية المعتبرة، يرجع ذلك لاعتماد الجزائر على القطاع النفطي مرورها بظروف سياسية وأمنية صعبة أدت إلى تشويه صورة الجزائر السياحية لدى الأجانب، وهو ما يعكس على ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر وبالتالي عدم وجود مناخ ملائم للاستثمار السياحي.
- لا يمكن حصر تنمية قطاع السياحة بالجزائر في تحفيز الاستثمار الأجنبي فقط، خلق الاستثمار الأجنبي المباشر في القطاع السياحي حتما يؤدي إلى تحسين الوضعية الراهنة والنهوض بهذا القطاع الحساس، لابد أن تمر عملية التشجيع والتحفيز لرؤوس الأموال بمختلف أنواعها المحلية منها والأجنبية لدعم مشاريع الاستثمار في المجال السياحي ودعم الاستثمار الخاص المحلي لبلوغ أهداف التنمية السياحية في شكل تعاون وشراكة في المجال السياحي.
- ساهمت الجهات الوصية بجدية في إصدار قوانين خاصة بالسياحة لتجسيد الإستراتيجية المتبعة وتقديم الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي كإعفاءات وتسهيلات تساعد على تطويرها وترقيتها إلا أن القطاع تشويه العديد من نقاط الضعف تعرقل الاستثمار السياحي.
- قامت الدولة بالعمل على تشخيص معوقات الاستثمار السياحي لمعالجتها والاستناد على نقاط القوة للقطاع وتكييفها لخلق مناخ ملائم للاستثمار السياحي، ولقد تجسدت إجراءات تنمية النشاط السياحي في السياسة السياحية الجديدة المتبعة من طرف القطاع والتي تعتمد على تشجيع القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار فيه وتحديد فرص الشراكة.

الاستنتاجات:

على ضوء ما تقدم توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات نوردها فيما يلي:

- تتوفر الجزائر على إمكانيات طبيعية هائلة يمكن أن تجعل من السياحة الجزائرية قطبا سياحيا من الدرجة الأولى، ويعد القطاع السياحي من بين القطاعات الاقتصادية التي هي بحاجة إلى إعادة النظر والاعتبار، فمنذ سنة 1962 لم تكن هناك سياسة معتمدة واضحة نظرا لعدم الاستقرار السياسي، الاقتصادي والاجتماعي بسبب الاستعمار الفرنسي، عدم وجود إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي لتبني الجزائر سياسة الصناعات المصنعة والتي تتطلب أموال كبيرة لجلب التجهيزات والمعدات، كما ينظر للقطاع السياحي بأنه قطاع ثانوي الأمر ساهم كثيرا في إضعاف هذا القطاع كما يلي:
- لم تعرف طاقات الإيواء السياحي ارتفاعا نتيجة للعجز في الانجاز كما أن التدفقات البشرية والنقدية لم ترتفع نتيجة لذلك وعدد العاملين لم يصل إلى مستوى التقديرات.
- تميز تنظيم القطاع السياحي بعدم الاستقرار، فعلى أعلى المستويات تم إحداث وزارة خاصة بالقطاع في بداية عهد الاستقلال ثم تم إلغاؤها، ثم دمجها مع وصايات أخرى وإحداثها في الآونة الأخيرة، عدم الاستقرار هذا على مستوى أعلى هيئة تنظيمية للقطاع، كان في غير صالح القطاع السياحي، كما أنشأت مؤسسات تسيير وتكوين عديدة لتسيير وتنظيم القطاع إلا أنها عرفت سوء التسيير لانعدام روح المبادرة فيها والاتكال على الدولة في تمويله.

فبالنسبة للاستثمارات السياحية الخاصة، فكانت إلى غاية سنة 1980 شبه معدومة، وبعد إعادة هيكلة القطاع والسماح للقطاع الخاص القيام بالعملية الاستثمارية ومع تطور قوانين الاستثمار، تطورت مساهمة القطاع الخاص حيث بلغت مشاركته 46.5 % من مجموع الاستثمارات الكلية.

- الاهتمام بالمنتوج السياحي الشاطئي والحضري من خلال انجاز مركبات سياحية ضخمة على حساب المنتجات الأخرى خاصة الصحراوي الذي يعتبر مصدر هام لجلب السياح الأجانب.
- الحالة الأمنية الغير مستقرة وتخوف السياح المحليين منهم والأجانب في فترة التسعينات، قامت وزارة السياحة بوضع مخطط عمل لتطوير السياسة السياحية لأفاق 2010 للفترة 2010 – 2011 والذي كان يهدف من خلالها إلى الحد من ظاهرة تشويه الصورة الجزائرية في أذهان السياح وكذا توسيع السوق السياحية على جانبي العرض والطلب، أعطيت الأولوية للاستثمارات الخاصة نظرا لانتشار دائرة الخوصصة في شتى القطاعات الاقتصادية (الصناعة، الزراعة، الخدمات) بما فيه النشاط السياحي، حيث تم تسطير مبلغ 75 مليار دج مع نهاية 2010، كما أولت الأهمية للسياحة الخارجية (1200000 سائح) مع نهاية 2010 بهدف جلب العملة الصعبة، إضافة إلى إبراز الدور الاجتماعي للسياحة من خلال توفير مناصب الشغل المباشرة منها وغير المباشرة والتي تم تقديرها ب 100000 منصب شغل محتمل مع نهاية 2010، إلا أنه لم يتم تحقيق الأهداف المسطرة للفترة 2001 – 2005 نظرا

للعجز المسجل في معظم المجالات حيث سجل عجز في الاستثمارات ب 3715 مشروع، أما لتوافد السياح منهم الأجانب ب 485117 سائح والجزائريين ب 199333 سائح، أما بالنسبة للتوظيف فقد سجل فائض مقدر ب 37000 عامل نظرا لاعتماد النشاط السياحي بالدرجة على اليد العاملة، أما العجز يمكن إرجاعه لعدة أسباب منها:

- تهميش القطاع السياحي لاعتباره من القطاعات الثانوية وبالتالي عدم تشجيع الاستثمار السياحي.
- نقص الترقية السياحية وخاصة الخارجية منها مما أدى إلى انخفاض الطلب السياحي الأجنبي وكذا المحلي.
- نقص معاهد ومراكز التكوين لليد العاملة المتخصصة والمؤهلة.
- اهتمام الدولة بالسياحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية من أجل جلب العملة الصعبة، لكن تردي الوضع الأمني، جعل هذا التوجه يفشل ولم يحقق النتائج المرجوة منه.
- عدم وجود مناخ ملائم للاستثمار الأجنبي، بالإضافة إلى زيادة العبء الضريبي على الأنشطة السياحية.
- تداركا للتأخر المسجل في هذا القطاع قامت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بوضع الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر للفترة 2008 – 2025 المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة (SDAT 2025) ، اليوم أمام الوضع الراهن الذي يعيشه الاقتصاد الجزائري من خلال تذبذب أسعار البترول والذي يعتبر المورد الأساسي لخزينة الدولة، لذا على الهيئات المعنية إعادة النظر في السياسة المتبعة وإعطاء جانب من الاهتمام للقطاع السياحي، ويحدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 في خمسة جوانب حيوية من أجل تطوير السياحة في الجزائر ويتعلق الأمر بمخطط وجهة الجزائر وأقطاب الامتياز السياحية ومخطط الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص وقطاع تمويل السياحة.

من أجل تشجيع وتحفيز مشاريع الاستثمار في المجال السياحي بمختلف أنواعه المحلي والأجنبي، قامت السلطات المعنية بإصدار قوانين خاصة بالسياحة لتجسيد الإستراتيجية المتبعة ويتعلق الأمر بتلك القوانين المنصوص عليها في الأمر 01 – 03 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار أو تلك المنصوص عليها في إطار القانون رقم 01 – 03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة والقانون 03 – 03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية والمرسوم التنفيذي الخاص بتنظيم عمل وكالات السياحة والأسفار المعدل في 2010، بالإضافة إلى حوافز مالية وجبائية للاستثمار السياحي جاءت في إطار قانون المالية التكميلي 2009 و 2011.

- تشريعات وإجراءات تحد من مشكل العقار والتمويل السياحي بالإضافة إلى الإجراءات التقنية والإدارية.

– أطلقت الجزائر مخطط السياحة النوعية (PQTA) عام 2009 لتحديث الهياكل القاعدية القائمة وذلك حسب المعايير الدولية التي وضعتها الوكالة الفرنسية للتنمية السياحية، يشرف هذا المخطط على تصنيف الهياكل والمنشآت القاعدية وتشجيع المؤسسات للحصول على شهادة مخطط السياحة النوعية ولقد تم في هذا الإطار تحقيق مايلي:

* انطلاق عملية تحديث تسعة فنادق في الصحراء من أجل تحفيز السياحة الصحراوية حيث تعتبر السياحة الصحراوية التي تمتد في الموسم سبتمبر – أفريل المنتج السياحي الأكثر جاذبية للسياح في الجزائر بالرغم من وجود بعض من النقائص التي يمكن مواكبتها.

إطلاق برامج تدريبية جديدة مثل: مؤسسة التسيير السياحي (EGT) في عنابة، ومعهد للتدريب في تيزي وزو متخصص في مجال الفندقة والسياحة التي وقعت اتفاق شراكة لتكوين موظفي مؤسسة التسيير السياحي.

من بين 205 (ZET) موقع توسع سياحي، تخضع 57 (ZET) موضوعا قيد الدراسة، ولقد أتمت تهيئة 22 موقع توسع سياحي في حين تم إطلاق برنامج دراسة تهيئة 21 موقع توسع سياحي قيد التنفيذ يضم 12 ولاية بمساحة إجمالية مهيأة تقدر ب 1659 هكتار في حين يتم برمجة إطلاق مشاريع الهيكلة ل 6 مناطق توسع سياحي.

- تعزيز أدوات تنفيذ مخطط التنمية على الأخص الوكالة الوطنية للتنمية السياحية وتوسيع مساهماتها المتمثلة في الإعلام، التنظيم، وترقية العقار والاستثمار السياحيين.
- تخصيص ميزانية تصل إلى 15 مليار دج سنويا ما بين الفترة 2011 – 2012 لصالح المجتمعات المحلية لإعادة تأهيل وتطوير مناطق النشاطات (ZAC).
- إنشاء دليل خاص بالمستثمر في المجال السياحي يشمل كل الإجراءات المتعلقة بالاستثمار.
- تزايد إقبال المستثمرين على القطاع على شكل شراكات فلقد حقق القطاع عقود شراكات مع شركات عالمية أهمها "سياحة الجزائر" وهو مشروع مشترك بين مهري الجزائر والمجموعة الفندقية العملاقة أكور الفرنسية، يرمي هذا الاستثمار الضخم الذي يقدر بـــ 220 مليون أورو إلى بناء 24 إبيس IBiS و NOVOTEL على الصعيد الوطني، كما أن عرفت الاستثمارات العربية دفعا قويا ولقد شرع في انجاز مشاريع هامة تساهم في تنمية السياحة.
- بداية الاهتمام بالسياحة الصحراوية لأنه سيتم إعادة تأهيل ثمانية فنادق من بين تسع فنادق صحراوية في إطار مخطط السياحة النوعية نظرا لعودة تدفق السياح الأجانب إلى الصحراء لتميزها وخصوصياتها.

التوصيات:

وعلى ضوء الاستنتاجات السابقة نقترح جملة من التوصيات تتمثل في:

- إن التحدي الكبير الذي يواجه الجزائر كدولة نامية لها طموح أن تحتل مكانة هامة في منطقة البحر المتوسط سياحيا، هو العمل على توفير بنية أساسية ذات مواصفات عالمية لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي.
- العمل على تطبيق التحفيزات المنصوص عليه ضمن النظام العادي لقانون المالية التكميلي لسنة 2009 والغير مجسدة على أرض الواقع.
- مرافقة دعم وإعلام المستثمرين خاصة فيما تعلق بالترتيبات جاءت بها مختلف النصوص القانونية والإجراءات التنظيمية.
- ضرورة تنمية البنية التحتية والمرافق الأساسية، كشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الماء، وسائل الاتصال المختلفة باعتبارها من دعائم وركائز وشروط التنمية السياحية التي لا يمكن الاستغناء عنها، والعمل على توفير التسهيلات السياحية كتطوير قطاع النقل، توفير شروط السلامة والأمن، وتسهيل إجراءات الدخول والحصول على التأشيرة.
- إيجاد وسائل الدعم بالأموال يعد عاملا مهما لتطوير السياحة، كإنشاء بنك للتنمية السياحية.
- وضع قانون للاستثمار السياحي في المناطق الريفية خصوصا بحيث يكون بسيطا وواضحا وتحديد جهة مرجعية ورقابية واحدة مختصة منعا للازدواج والروتين والفساد في الإدارة.
- تنويع المنتج السياحي الجزائري والبرامج السياحية وإدخال أنواع جديدة من السياحة لجلب العديد من السياح والمستثمرين والاهتمام خاصة بالسياحة الصحراوية ولابد من الاهتمام بالاستثمار في المجال الحموي نظرا للطلب الداخلي المتزايد عليه إلى جانب دعم مهن الحرف اليدوية والصناعات التقليدية.
- يتعين على وزارة السياحة القيام بمهمة المراقبة ووضع الإجراءات والقوانين الواضحة والصارمة إلى جانب فتح المجال أمام القطاع الخاص، خاصة في بعض المجالات التي بلغت درجة كبيرة من الإهمال مثل المناطق السياحية التي لم يتم استغلالها بعد، والتركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة.
- المرحلة الراهنة تتميز بالاستقرار، وعودة الأمن كفيلة بإعادة الاعتبار لهذا القطاع، والوصول به إلى مصاف القطاعات السياحية في البلدان الأخرى، وخاصة البلدان الشقيقة التي لا تقل عنها شأنا في الإمكانيات السياحية.
- مضاعفة قدرات الإيواء السياحي من خلال تشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي، لبلوغ مستوى مقبول من هياكل الاستقبال من حيث الكم والكيف.
- العمل على الترويج للمناطق السياحية التي لم تكتشف لاستغلالها في عملية التنمية السياحية بالتعاون مع الوكالات والمنظمات المتخصصة، كما تحتاج المواقع السياحية إلى مشاريع

إضافية كالفنادق، الاستراحات، المطاعم، النوادي الترفيهية والرياضية التي تحتاج بدورها إلى تحسين البنية التحتية والمرافق الضرورية لتلك الاستثمارات.

- ضرورة التنويع في مجالات الاستثمار السياحي (الإطعام، التسلية، الترفيه، النقل السياحي...) وعدم التركيز على الإيواء السياحي فقط، فالسائح يحتاج إلى مرافق ضرورية أخرى تستوجب الاهتمام بها ولابد من الاهتمام بالاستثمار في المجال الحموي نظرا للطلب الداخلي المتزايد عليه.
- الاعتماد على الاحترافية في تنفيذ وتسيير ومتابعة هذه البرامج، فإسنادها إلى غير المتخصصين في المجال السياحي قد يؤدي إلى تقليل من مردودياتها ما لم نقل فنائها.
- الاهتمام بالموارد السياحية للبلاد (الصناعة التقليدية، الآثار، المحميات،..إلخ) وحمايتها من كل أنواع النهب والاستغلال غير المشروع والمدروس وذلك بسن قوانين ردعية تحد من هذه الظاهرة.
- الانتفاع بالخبرات الأجنبية والاستفادة من تجارب الدول الصديقة والشقيقة في هذا المجال.

- الاستعانة بالوسائل الحديثة للاتصال والمعلومات للترويج للمنتوج السياحي، بإنشاء بنوك معلومات ومواقع الكترونية متخصصة غنية ومدعمة بكل المعلومات الحديثة والروابط الضرورية للسائح.
- ضرورة تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في المجال السياحي وتبقى الدولة كمراقب للمشاريع.
- تشجيع التعاون والشراكة في المجال السياحي وذلك من خلال مراجعة قوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكثر مرونة لجلب المستثمرين.
- الأخذ بمبدأ التخطيط السياحي لتحقق التكامل في التنمية بين كافة القطاعات والتطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم، وأيضا تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية.

الآفاق:

استنادا لدراستنا هناك مواضيع تستدعي دراسات كالآتي:

- البنوك التجارية ودورها في تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر.
- دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية القطاع السياحي في الجزائر.
- التحفيز الجبائي وعلاقته بالاستثمار السياحي في الجزائر.
- أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية.

التوصيات:

- تفعيل القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار السياحي لتشجيع وتذليل العقبات بما يحقق تنافسية القطاع السياحي.
- توفير الأمن والاستقرار اللازمين بما يكفل توافد السياح وتسهيل إجراءات تنقلاتهم.
- العمل على توفير المقومات والمتطلبات الداعمة للصناعة السياحية من فنادق ومطاعم وشبكات طرق والمجمعات الطبيعية.
- إرساء ونشر الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع.
- استغلال التطور التكنولوجي في خدمة السياحة وتبني مدخل السياحة الالكترونية للتعريف بالمنتج السياحي والترويج له.
- الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال السياحي بما يتناسب مع البيئة والثقافة الجزائرية.
- تثمين الإمكانيات الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تزخر بها الجزائر واستغلالها لصالح السياحة.

قائمة المراجع:

الكتب باللغة العربية:

1. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009.
2. أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات الفنادق، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009.
3. إسماعيل لدباغ وإلحام خضر شبر، مدخل متكامل في لاستثمار السياحي والتمويل، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
4. آسيا محمد إمام الأنصاري وإبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.
5. أشرف السيد حامد قبال، الاستثمار الأجنبي المباشر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط 1، 2013.
6. أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2008.
7. أميرة حسب الله محمد،محددات الاستثمار الأجنبي المباشر و غير المباشر في التنمية الاقتصادية العربية،الدار الجامعية،الاسكندرية،2005.
8. إياد عبد الفتح السنور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
9. بركات كامل النهر المهيرات، الجغرافيا السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
10. جيل بوتان، الاستثمار الدولي، ترجمة علي مقلد، منشورات عربيات، بيروت، 2.
11. حمزة عبد الحليم دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، دار الأعمار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016.
12. حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر، اللأردن، ط1، 2001.
13. خالد كواش، السياحة، دار التنوير للنشر، الجزائر، ط1، 2007.
14. خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2003.
15. رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة، مكتبة رضا عبد السلام للنشر، السعودية، 1، 2006.
16. رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2016.
17. سامح أحمد رفعت عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية في المجال لاسياحي، دار شتات للنشر البرمجيات، مصر، 2011.
18. سعيد توفيق عيد، الإدارة الملاية، مكتبة عين الشمس، القاهرة.

19. عادل عبد الله العنزي وحميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية، 2013.
20. عبد الرزاق محمد حسين الجبوري،دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية،دار حامد للنشر و التوزيع،عمان،ط1،2014.
21. عبد السلام أبو قحف، الأشكال والبيانات المختلفة للاستثمارت الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2003.
22. عبد السلام أبو قحف، نظريات التمويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1989.
23. عبد السلام أبو قحف،اقتصاديات الاستثمار الدولي،المكتب العربي الحديث،الاسكندرية،ط1991،2.
24. عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
25. عدنان داود محمد العذاري، الاستثمار الأجنبي المباشر على التنمية والتنمية المستدامة في بعض الدول الإسلامية، دار الفيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1، 2015.
26. علي ابراهيم لخضر،إدارة الأعمال الدولية،دار رسلان للنشر و التوزيع،دمشق،ط2007،1.
27. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب– معجم عربي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط7، 1991.
28. عمر حامد،إدارة الأعمال الدولية،المكتبة الأكاديمية،القاهرة،1999.
29. فليح حسن خلف،التمويل الدولي،مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع،الأردن، ط1،2004.
30. فليح حسين خلف،اقتصاد المعرفة،عالم الكتب الحديث،الأردن،2007.
31. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001.
32. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013.
33. محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، دار هناء للتخليد الفني، 2009.
34. محمد بن ناصر الجديد، أنواع الاستثمار الأجنبي المباشر، دار مناهل للنشر، الأردن، ط 1، 2007.
35. محمد عبد العزيز عبد الله،الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي،دار النفائس للنشر و التوزيع،الأردن، ط1،2005.
36. محمد عثمان إسماعيل، التمويل والإدارة المالية في منظمات الأعمال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1995.

37. محمد عمر مؤمن، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، ط1، 2009.
38. مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2011.
39. مصطفى أحمد السيد المكاوي، الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، ط1، 2014.
40. مصطفى رشدي شيحة، اقتصاديات النقود والمصارف والمال، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 1996.
41. مصطفى عبد لاقادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، مجد المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، لبنان، 2003.
42. مصطفى يوسف كافي وهبة كافي، جغرافية السياحة، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2016.
43. مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة، دار ألفا للوثائق، الجزائ، ط1، 2017.
44. منال محمد رحال، الإدارة السياحية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2015.
45. منصوري الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 1، 2013.
46. موسى السعيد مطر و آخرون ،التمويل الدولي،دار صفاء للنشر و التوزيع،عمان، ط 1، 2008.
47. موفق عدنان عبد الجبار الحميري ودراسي فلاح طويل، التسويق الإستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
48. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صانعة السياحة، دار وراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
49. نزيه عبد الله، التخطيط والتنمية السياحية، أمواج للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004.
50. نعيم الظاهر وآخرون، مبادئ السياحة، دجار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
51. هناء عبد القادر،الاستثمار الأجنبي المباشر و التجارة الدولية،بيت الحكمة،بغداد،ط1،2002.

الكتب بالغة الأجنبية :

1. Raymond Bertard, Economie financière international, paris,1997.
2. Ouvrage collectif dirige par Fabrice Hatem, la filière tourisme dans les pays méditerranées, note de documents ANIMA N°17 juin.

المذكرات:

1. إلياس عياشي، الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل، مذكرة ماجستير في العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.
2. أوجاني فاطمة، خردوش أحلام، اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل التنمية، جامعة قالمة، 2012.
3. بلال بوجمعة، تحليل واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة وآفاقها في ظل الشراكة الأورومتوسطية، رسالة ماجستير، عمان، 2007.
4. خاطر إسمهان، دور التكامل الاقتصادي في تفعيل الاستثمار الأجنبي المباشر– دراسة حالة دول مجلس التعاون الخليجي، مذكرة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2013.
5. زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، دامعة قسنطينة، 2012.
6. سحنون فاروق، قياس أثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمار أ.م، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010.
7. شراد جميلة، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمى لخضر، الوادي، الجزائر، 2015.
8. صليحة عشي، الأداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، رسالة دكتوراه، العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010.
9. عبد الكريم بعراش، الاستثمار الأجنبي المباشر وآثاره على الاقتصاد الجزائري، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة الجزائر، 2008.
10. عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000–2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر (3)، 2012.
11. قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر، مذكرة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي، جامعة تلمسان، 2012.
12. مازن سمان، الاستثمار السياحي وأثره على البيئة العمرانية في المدن التاريخية، مذكرة ماجستير في قسم التخطيط العمراني والبيئة، جامعة حلب، 2009.
13. هناء مرغاد، تقييم سياسات الاستثمار في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر (2000–2013)، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
14. هني حيزية، بن الطيب حنان، معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر مخطط التهيئة السياحية 2025 – دراسة نموذجية لولاية الشلف، ماستر غير منشورة، جامعة الشلف، 2016.

محاضرات وملتقيات ومداخلات:

1. بوفليح نبيل وتقروت محمد، مداخلة حول واقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر، الواقع والآفاق، المركز الجامعي، البويرة، 2010.
2. بن لكحل نوال، الأغا تغريد، السياحة في الجزائر مقوماتها ومعوقاتها، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الثاني بعنوان: الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في التنمية المستدامة، يومي 26- 27 نوفمبر 2014، المركز الجامعي تيبازة.
3. سعد محمود، عمر غازي العبادي، محاضرة بعنوان مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2007.
4. عمراني سفيان، طبيب مصطفى، السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والطموح، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.
5. فاطمة الزهراء زرواطي، الجاذبية السياحية الصحراوية في الجزائر، التموقع المرتقب، الملتقى الوطني المرتقب حول السياحة الصحروراية في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 27 و 28 أفريل 2014.
6. مجيطنة مسعود، معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، المتلقى العلمي الثامن حول تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلق في الجزائر، دراسة حالة بعض الدول العربية.
7. يحياوي إلهام، بوحديد ليلى، مساهمة الاستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الثاني بعنوان الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة باتنة، يومي 26 و27 نوفمبر، 2014.

مجلات و جرائد:

1. أبو عليل بلال،أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال 1995-2008، مجلة أبحاث اقتصاديةو إدارية،الجزائر،العدد الرابع،2012.
2. أحمد عبد العزيز و آخرون،الشركات متعددة الجنسيات و أثرها على الدول النامية،مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق ،العدد28، 2010.
3. بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل،أزمة العقار في الجزائر و دوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث،العدد 5،2007.
4. خليل محمد خليل عطية، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية، مجلة مصر المعاصرة، القاهرة، العدد 437، 1995.

5. فراح رشيد،دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية و الحد من أزمات القطاع السياحي،مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية،الجزائر،العدد 12،2012.
6. قاسم نايف علوان، تأثير العدالة التنظيمية على انتشار الفساد الإداري، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 7، 2007.
7. منصوري الزين، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 2.
8. منور أوسرير، حوافز الاستثمار الخاص المباشر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد2، 2005.
9. عبد الرزاق مولاي لخضر، دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية، دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد 7، 2009.
10. عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04، جوان 2006.
11. هويدي عبد الجليل ،العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية و التنمية المستدامة،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية،الوادي،العدد 9،2014.
12. يوسف مسعداوي، تسيير مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر مع إشارة لحالات بعض الدول العربية، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية،بليدة،العدد 3،2008.

جرائد:

1. الجريدة الرسمية رقم 11:الصادر في 19 فيفري 2003.
2. فؤاد مرمش، معوقات السياحة العربية، جريدة العرب الدولية(الشرق الأوسط)، العدد 9346،2004.

المواقع الالكترونية:

1. http://en.wikipedia.org/wiki/maslow'shierarchy of needs
2. www.feedo.net/lifestyle/traveltrips/relaxation/tourismalloverworld.html
3. http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id.وزارة السياحة التونسية
4. www.ahlubaitonline.com/karbala/new/research.php?id=41
5. http://www.matta.gov.dz/index.php/arوزارة تهيئة الإقليم الجزائرية/
6. http://www.tourisme.gov.ma/ar/node.وزارة السياحة المغربية

الملخص:

تهدف الجزائر إلى تطوير وتنويع الاقتصاد الوطني من خلال التوجه إلى القطاعات الأخرى عوضا عن الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات ومن بين هذه القطاعات القطاع السياحي باعتباره أهم بديل الاستراتيجي لقطاع المحروقات، ولتطوير و تحسين هذا القطاع استعانت الجزائر بالاستثمار الأجنبي المباشر لتطوير هذا القطاع، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي الجزائري و النهوض به .

حيث توصلنا في دراستنا إلى تحديد الدور المهم للإستثمار الأجنبي المباشر في تحسين وتطوير القطاع السياحي في الجزائر حيث اتضح لنا من خلال الدراسة وجود علاقة طردية موجبة بين متغيري الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار الأجنبي المباشر، السياحة، الاستثمار السياحي، التنمية السياحية.

Résumé :

L’Algérie vise à développer et diversifier l'économie nationale en allant à d'autres secteurs plutôt que la dépendance totale du secteur des hydrocarbures, parmi ces secteurs, le secteur du tourisme comme la plus importante alternative stratégique au secteur des hydrocarbures.

Pour développer et améliorer et afin de connaître l'étendue de la contribution des investissements étrangers directs à la promotion du secteur du tourisme algérien et la promotion.

Nous avons atteint dans notre étude le rôle important des investissements étrangers directs dans l'amélioration et le développement du secteur du tourisme en Algérie, nous avons conclu qu’il existe une corrélation positive entre les deux variables de l'étude.

Mots clés : investissements étrangers directs, tourisme, investissement touristique, développement touristique.