

الإستثمار السياحي كمتطلب للتنمية: أي صناعة للسياحة في الجزائر؟

Tourism investment as a requirement for development

د. فيروز حوت⁽¹⁾

أستاذة محاضرة

جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة (الجزائر)

doctorafairouz@gmail.com

تاريخ النشر
12 أكتوبر 2022

تاريخ القبول:
04 أكتوبر 2022

تاريخ الارسال:
15 أفريل 2022

المخلص:

يعتبر الإستثمار السياحي متطلبا ضروريا للتنمية الإقتصادية، حيث أصبحت السياحة صناعة قائمة بذاتها في ظل التكامل الموجود بين مختلف القطاعات للنهوض بهذا القطاع الخدماتي، لأن وجود علاقة طردية بين كل القطاعات يثمن مسألة الإستثمار في المجال السياحي. فصناعة السياحة ظاهرة حضارية واجتماعية وأداة فعالة لتعزيز التنمية المستدامة. تهدف التنمية السياحية إلى رفع قدرات الإنتاج السياحي عن طريق الإستثمار، لأن ذلك يزيد من الدخل القومي من خلال تشغيل اليد العاملة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لإرتباطها بالعديد من القطاعات الإقتصادية والاجتماعية والثقافية، وجلب العملة الصعبة، ومن ثم دفع ميزان المدفوعات. حتى قيل في السياحة أنها صناعة بلا مداخن. خاصة في ظل وجود مقومات جذب سياحي وضمانات قانونية ومالية للمستثمر الأجنبي، والتي يعتبر محفزا للنهوض بالقطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: الإستثمار السياحي - الإستثمار في البنية التحتية - التنمية السياحية -

صناعة السياحة.

Abstract :

The Tourism investment is a necessary requirement for economic development, as tourism has become a stand-alone industry in the light of the existing integration between the various sectors to advance this service sector; therefore the existence of a direct relationship between all sectors makes the investments in the tourism field more valuable. Since The tourism industry is considered a social and cultural phenomenon and an effective tool for promoting sustainable development. Tourism development aims to raise the capabilities of tourism production through investment, since it increases the national income through the employment of labor, either directly or indirectly, due to its association with many economic, social and cultural sectors, and it's role in bringing in hard currency, which can eventually pay the balance of payments, It was even said about the tourism industry that it is an industry without chimneys, Especially with the presence of elements of tourist attraction and legal and financial guarantees for the foreign investor, which is considered a trigger for the advancement of the tourism sector.

key words : Tourism investment- Investments in infrastructure- Tourism development- Tourism industry .



مقدمة:

تعدّ صناعة السياحة مزيج مركب من جهات إنتاجية متعدّدة، بإعتبار أنّها تقوم على العديد من التجهيزات والخدمات المختلفة لأنّ القطاع السياحي لوحده لا يستطيع أن يصنع هذا المنتج الواسع، ويحتاج إلى العديد من القطاعات الإقتصادية التي تساهم في تنمية السياحة. انتهجت الجزائر استيرراتيجية محكمة من أجل إنجاح القطاع السياحي خاصة بعد تدهور سعر البترول ونفاذ الثروة النفطية بإعتباره الرّيع الأساسي في إقتصاد الجزائر، لأنّ نجاح السياحة يعني نجاح مجمل القطاعات بدليل العلاقة الطردية بين كلّ القطاعات، هذا التكامل من شأنه النهوض بالإقتصاد الوطني وإزدهاره. ويمثل الإستثمار في صناعة السياحة عنصرا فعّالا في تنمية السياحة، حيث أنّ زيادته حجم الإستثمار تؤثر لا محالة على حجم وتوزيع المشاريع السياحية باختلاف أنواعها. فالإستثمار السياحي يعتبر متطلبا للتنمية الإقتصادية. خاصة وأنّ قطاع السياحة أصبح يعتبر من بين أهم القطاعات في العالم اليوم، فهذا القطاع يساهم في توفير فرص العمل وجلب العملة الصعبة، مما يؤدي الى زيادته الدخل القومي ودفع ميزان المدفوعات. فصناعة السياحة تعتبر نشاط تنموي وركيزه أساسية من ركائز الإنتاج القومي.

لكن الإشكال الذي يطرح نفسه؛ هو ما مدى فعالية الإستثمار السياحي في تحقيق التنمية، وخلق رؤيا استشرافية لصناعة السياحة في الجزائر؟
أهمية الدراسة:

- بعد تدهور سعر البترول الذي كان يمثل الرّيع الأساسي في إقتصاد الجزائر، كان لزاما إعادة النظر في قطاع آخر غير المحروقات للنهوض بالإقتصاد الوطني، فكانت السياحة بإعتبار ما تحوزه من مقومات.

- ضرورة تفعيل وإستغلال المنتجات الوطنية والموارد الطبيعية الخاصة بالجزائر.
- تبيان أهمية صناعة السياحة والإستثمار فيها كروية استشرافية لتنمية الإقتصاد الوطني.
- تحليل العلاقة بين السياحة والنمو الإقتصادي في الجزائر.
- إبراز أهم المعوقات التي تحول دون تنمية السياحة في الجزائر.
- اعتبار السياحة قطاع خدماتي مركب، يعني خلق تكامل بين كلّ القطاعات ومن ثمّ ضمان دفع عجلة التنمية وخلق مناصب شغل.

- إعطاء ضمانات للمستثمر الأجنبي يعتبر عنصر جذب سياحي.
للإجابة على الإشكالية، تناولنا المنهج الوصفي التحليلي، حيث تناولنا بعض الأطر المفاهيمية، ثم حاولنا تحليل وضع السياحة في الجزائر، من خلال بيان الإستثمار السياحي

كرؤيا إستشرافية لصناعة السياحة في الجزائر (المحور الأول)، ثم تطرقنا إلى العوامل المؤثرة في الإستثمار السياحي لصناعة السياحة في الجز (المحور الثاني).

المحور الأول: الإستثمار السياحي رؤيا إستشرافية لصناعة السياحة في الجزائر

تنص المادة 9 من القانون رقم 03-01، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياح¹ على أنه: "تهدف التنمية السياحية إلى رفع قدرات الإنتاج السياحي خاصة عن طريق الإستثمار السياحي، مع الحرص على تهمين التراث". وتنص المادة 7 من نفس القانون على أنه: "توفر الدولة الشروط الضرورية لترقية الإستثمار السياحي".

لبيان دور الإستثمار السياحي في التنمية وخلق صناعة سياحية، سنتطرق لتعريف الإستثمار السياحي، ثم بيان خصائصه، وبعدها نبين العوائق التي تعترضه.

أولا - تعريف الإستثمار السياحي:

يقصد بالإستثمار السياحي مجموع الإنفاقات اللازمة للحصول على المدخلات الإنتاجية والطلب السياحي، محققة للمستهدفات الموضوعية وفق بعدي المكان والزمان المحددين، ويعكس المفهوم الإستثماري مدى مواكبة تجهيز وتهيئة العرض السياحي ليتلائم مع الطلب السياحي سواء كان محلي أو دولي، ولا يمتد العرض للتلبية المباشرة والآلية، بل إلى زيادة فعاليات الطاقات الإنتاجية المستقبلية سواء من مدخلات ومستلزمات والوسائل الإنتاجية أو العمليات التشغيلية أو المنتج ذاته².

فالإستثمار السياحي هو عملية تكوين لرأس المال وذلك عن طريق إقتناء أصول ثابتة واقعة في الإقليم الإقتصادي وممتلكات إنتاجية مقيمة³.

عرفت المنظمة العالمية للسياحة الإستثمار السياحي، على أنه: "التنمية الإستثمارية التي تلبي إحتياجات السياح والمواقع المضيئة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافى في العوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة⁴.

ثانيا - خصائص الإستثمار السياحي:

يمتاز الإستثمار السياحي بجملة من الخصائص تميزه عن باقي الإستثمارات، حيث تتجلى هذه الخصائص في:

1- الإعتدال على الموارد البشرية: يستوعب القطاع السياحي أعدادا كبيرة من العمالة بإعتبار أن مجمل الخدمات السياحية لن تؤدي إلا من خلال العنصر البشري، وتقاس العمالة في القطاع السياحي بالفرص الوظيفية المباشرة وغير المباشرة التي يوفرها هذا القطاع. والعمالة المباشرة

يقصد بها المرتبطة مباشرة بصناعة السياحة كالعاملين في الفنادق والمطاعم ومكاتب السياحة والسفر. أما العمالة غير المباشرة فهي الوظائف التي تنشأ في القطاعات التكميلية المساندة⁵. وللهوض بالقطاع السياحي لابد من عصرنته عن طريق تكوين الموارد البشرية في ظل البيئة الرقمية، لضمان تسويق إلكتروني فعال سواء في مجال الوكالات السياحية والأسفار والفنادق وكذا الصناعات الحرفية...إلخ.

2- إستثمار ذو أصول ثابتة: الإستثمارات السياحية تكون في أصول ثابتة طويلة المدى وهو ما ينجر عنه جملة من المخاطر كأن يكون العائد بطيئاً.

3- عدم المرونة: يمتاز الإستثمار السياحي بعدم المرونة نظراً للطابع الموسمي للسياحي، فمثلاً نجد السياحة الساحلية تنحصر في فصل الصيف، والسياحة الجبلية في فصل الربيع وهكذا دواليك.

ثالثاً - دوافع الإستثمار السياحي:

تعدّ الإستثمارات السياحية من أهم الموارد السياحية لجلب رؤوس الأموال وتأهيل اليد العاملة الفنية، وذلك بتنوع الخبرات في ميدان القطاع السياحي، وهذا يؤدي إلى التدفقات النقدية وزيادة التوسع في المجال السياحي⁶. وتتمحور دوافع الإستثمار السياحي في:

1- تنمية وتطوير مختلف القطاعات: يعتبر قطاع السياحة قطاع مركب يستلزم وجود قطاعات أخرى لتنميتها، حيث توجد علاقة طردية بين كل القطاعات، أين تمثل السياحة صناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للإستثمار مثل: الفنادق والمطاعم والمراكز الرياضية والإستشفائية والنقل والاتصالات...إلخ.

2- إنتعاش الدخل القومي: يخلق الطلب السياحي قيمة مضافة تؤدي إلى نمو حقيقي في الدخل القومي عن طريق مختلف القطاعات الإنتاجية التي تتحرك بصورة ديناميكية متفاعلة منتجة للإنفاق والإستهلاك السياحي الذي يخلق دائرة إقتصادية مركبة تؤثر إيجاباً على تحريك وتنشيط الدورة الإقتصادية على المستوى المحلي والوطني، وبالتالي فإن الإستثمار السياحي يؤدي إلى نمو الدخل الوطني⁷.

3- دعم ميزان المدفوعات ودفع عجلة التنمية الإقتصادية: يظهر دور الإستثمارات عامة والسياحة خاصة في عنصر حساب رأس المال في ميزان المدفوعات، والذي يشمل الإستثمارات بشقيها طويلة الأجل وقصيره الأجل التي حصلت عليها الدولة من الخارج. والمتوفرة لديها والتي قدمتها للخارج كمدفوعات وما عليها من التزامات. بهذا نجد أن الإستثمارات السياحية تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات وذلك بدل سداده على حساب احتياطاتها من الذهب أو العملة الصعبة والذي يؤثر على وضع العملة المحلية للدولة⁸.

تساهم السياحة في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، وهذا نتيجة الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية والعلاقات الاقتصادية التي تنشأ بين القطاعات الاقتصادية وقطاع السياحة⁹.

4- خلق مناصب شغل: تعتمد السياحة على الموارد البشرية كمتطلب أساسي، لذلك نجد أن الاستثمار السياحي يخلق مناصب شغل في كل الميادين، باعتبار أن تنوع القطاعات المكمل للسياحة تحتاج إلى يد عاملة فنية ومكونة، فالاستثمار قد يكون في الفنادق، وفي النقل والاتصالات وكذا في المطاعم والمراكز الرياضية والمنتجعات... إلخ. حيث تتميز السياحة بقدرتها على توليد فرص العمل، ويعد هذا العنصر من أهم العناصر التي تركز عليها عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وللسياحة قدرتها الفائقة على توليد فرص عمل جديد باستمرار¹⁰. لذلك لابد من تأهيل العنصر البشري إلكترونيا، باعتبار أن التكنولوجيا المعلوماتية أصبحت ضرورة حتمية لخلق تنمية سياحية.

5- تطوير البنية التحتية: إذا كانت البنية التحتية للاستثمار السياحي غير ملائمة، فإن نمو السياحة لا يكون سليما. وأن بناء الفنادق والمطاعم والمواصلات يجب أن يحافظ على الجمال الطبيعي لتلك المنطقة¹¹. ويعتبر الاستثمار في البنية التحتية ذو تأثير كبير ومألوف في تنمية وتطوير القطاع السياحي، حيث أن هناك العديد من الخدمات المتعلقة بالبنية التحتية مثل الكهرباء والمياه والصرف الصحي والمطارات والمنتزهات والحدائق العامة، والتي لا تقتصر فائدها على السائح نفسه بل يتم استخدامها من قبل مواطني البلد أيضا¹².

يتطلب الاستثمار السياحي القيام بمشاريع تنموية قد تتعلق بالبنية التحتية، فمثلا: نجد أن خدمات النقل تحتاج إلى بنية تحتية ممتدة في السكك الحديدية بالنسبة للقطارات، والمطارات إذا تعلق الأمر بالطائرات وتشبيد الطرقات إذا تعلق الأمر بالسيارات، وتوفير إنترنت ومعدات تقنية إذا تعلق الأمر بالتسويق السياحي الإلكتروني... إلخ.

يتجلى الاستثمار أيضا في المنشآت الفندقية بأنواعها والقرى السياحية والمرافئ السياحية والبواخر السياحية والفنادق العائمة والمطاعم والنوادي الليلية بأنواعها¹³.

رابعا - معوقات الاستثمار السياحي:

تعرض الاستثمارات السياحية جملة من المعوقات حالت دون صناعة فعلية للسياحة في الجزائر، والتي تتمحور في:

1- التوزيع الجغرافي لمقومات الجذب السياحي: تعتبر مشكلة التوزيع الجغرافي عائقا يؤثر في عوامل الجذب المستغلة سياحيا، حيث أن أغلب السياح يفضلون السواحل، في حين نجد المدن السياحية الأخرى مازالت بعيدة عن الاستثمار السياحي رغم توفرها على مقومات الجذب

السياحي سواء الطبيعية أو الثقافية، كالمناطق الريفية والمناطق الحموية... إلخ. فالتوزيع الجغرافي لمقومات الجذب السياحي من شأنه تفعيل وتنمية كل أنواع السياحة؛ منها الساحلية والجبليّة والحموية والعلاجية والإستكشافية... إلخ. ومن ثمّ القضاء على موسمية السياحة، لأنّ الأنشطة الخدمية تتعرض للتقلبات الموسمية، وهذا ما يؤثر بدوره على حركة السياح سواء على مستوى حركة السياحة الداخلية، أو السياحة الخارجية وانعكاس ذلك على سياسات التمويل والإستثمار في القطاع الحيوي.

2- عدم الإستقرار السياسي: يعتبر الإستقرار السياسي متطلبا لا يستهان به في عملية الجذب السياحي، حيث نجد الدول المستقرة سياسيا ناجحة في استقطاب السياح، عكس الدول المستعمرة أو التي يكون فيها الأمن متذبذبا، لوجود صراع داخلي، أو إرهاب يهدّد أمن المنطقة، لأنّه من غير المعقول أن يتجه السائح لبلد غير آمن. بإعتبار أنّ من أهداف السياحة الإستمتاع والترفيه عن النفس، فلا يمكن للشخص أن تجذبه بلد يسوده الخوف والدمار والإنهيار السياسي. حيث نلاحظ أنّ الجزائر في ظل العشرية السوداء، لم يكن لها مخطط تنموي حول اعتماد السياحة من أجل النهوض بالإقتصاد الوطني، لأنّ الظروف الأمنية لم تكن تسمح بذلك.

3- العقار السياحي: تعتبر مشكلة توفير الأراضي الصالحة للبناء لإقامة المشروعات السياحية من أهم المعوقات التي تحدّ من الإستثمار في المجال السياحي. وتحدّد المادة 20 من القانون رقم 03-03، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية¹⁴، كيفية تشكيل العقار السياحي حيث تنص على أنّه: "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحدّدة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة، وتلك التابعة للخواص".

4- المنظومة المصرفية والتمويل البنكي: إنّ قرار قبول الإستثمار وتمويله يأخذ مدّة طويلة عكس ما تطلبه المرحلة، ومشكلة التمويل تبقى عائقا أمام نجاح الإستثمارات. لأنّ الإستثمارات السياحية تتطلب موارد مالية كبيرة لإنشاء المرافق الأساسية للسياحة، بالإضافة إلى المرافق التحتية والخدمات العامة التي عادة ما تتطلب قروضا طويلة الأجل، وعليه هناك نوعان من الإستثمارات التي يجب على الدولة تحقيق التوازن بينها:

أ- القطاع العام والقطاع الخاص: عادة ما تقوم الحكومة بتوجيه الإستثمار في القطاع السياحي إذا اعتبر قطاعا إستراتيجيا في التنمية الإقتصادية، وتهمل القطاع الخاص وتحدّ من تطويره.

ب- الإستثمار المحلي والأجنبي: الإستثمارات الأجنبية قد تنتقل معها رؤوس أموال وخبرة وتكنولوجيا، وهنا يجب مراعاة عدم تحصيل المشروعات السياحية الأجنبية على معظم المكاسب السياحية، ولهذا على الدولة أن تراقب الإستثمار الأجنبي¹⁵.

المحور الثاني: العوامل المؤثرة في الإستثمار السياحي لخلق صناعة سياحية

هناك مجموعة من العوامل من شأنها التأثير في الإستثمار السياحي، بإعتبار أن هذه العوامل تعتبر محطة جذب سياحي، سواء ما تعلق منها بالمقومات الطبيعية والجغرافية وكذا الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى المقومات الخدمائية، لكن هذه المقومات وحدها لا تكفي أن تكون عامل جذب سياحي ما لم ترتبط بضمانات قانونية كتدابير تشجيعية تحفز المستثمر للإستثمار السياحي. ومع ذلك فإن هذه العوامل تعتبر داعمة للقطاع السياحي، ولا تعتبر مؤشرات ذات مصداقية لقياس مدى تطور قطاع السياحة ومن ثم القول بصناعة حقيقية للسياحة في الجزائر. لذلك نبحت في ورقتنا البحثية هذه عن مدى قدره هذه العوامل من التمكين من صناعة سياحية في الجزائر؟

أولا - مقومات الإستثمار السياحي:

تعتمد السياحة على تقديم المنتج السياحي وهو منتج مركب، ويكون المنتج السياحي مركبا سواء قدم في صورة رحلة مستقلة، أو جمعت العناصر بواسطة وكيل سياحي أو بواسطة السائح نفسه، وسواء أكانت مسافة الرحلة عدّة أميال أو عدّة آلاف من الأميال، أو تضمنت الرحلة وسيلة واحد من المواصلات أو عدّة وسائل، أو تراوحت الرحلة بين أيام وأسابيع وشهور، أو كانت نوعية الإقامة تستخدم نمطا أو أكثر من الإقامة أو في أكثر من موقع¹⁶. وقد نصت المادة 5 من القانون رقم 03-01، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة¹⁷ على أنه: "تخضع تنمية الأنشطة السياحية لقواعد ومبادئ حماية الموارد الطبيعية والمتاحات الثقافية والتاريخية وهذا بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي وديمومتها". حيث يتضح من هذه المادة وجود موارد طبيعية وثقافية وتاريخية يجب حمايتها، لأنها تعتبر من مقومات الجذب السياحي، والتي نوردتها في:

1- المقومات الجغرافية والطبيعية: تعتبر الجزائر منطقة إستراتيجية لحيازتها على مقومات

جذب سياحي بامتياز، والتي تتمثل في:

أ- المناخ: يعدّ المناخ من أهم الأسس التي تركز عليها السياحة وترتبط معها ارتباطا وثيقا، وأكثر جوانب العرض الطبيعي تأثيرا في السياحة والإستجمام، فالمناخ الجيد يعدّ أحد عوامل الجذب لأي منطقة سياحية، فهناك مواقع تتميز بإمكانات سياحية متعدّدة ولكنها تفتقر إلى المناخ الملائم مما يقلل من أهمية هذه الإمكانيات والمقومات السياحية، ولهذا يؤثر المناخ على

صناعة السياحة بصورة مباشرة وخاصة على الأنشطة السياحية والترويجية وذلك لما توفره بعض خصائص المناخ الجيد من عوامل جذب سياحي لإقليم معين سواء على طول العام أو خلال فترة معينة من السنة¹⁸.

ب-الموقع الجغرافي: للموقع الجغرافي أثر واضح على السياحة من حيث موقع منطقة الجذب السياحي من مناطق تصدير السياح (الأسواق السياحية العالمية) فكلما كان وقت الوصول أقل والمسافة المقطوعة أقل، فإن ذلك ينعكس على تكلفة الرحلة السياحية وبعكس ذلك إذا كانت منطقة الجذب السياحي بعيدة¹⁹.

ج-المياه المعدنية والحموية ومياه البحر: إكتشف الإنسان منذ القدم مزايا المياه المعدنية في العلاج والإستشفاء. فلا يقتصر الإرتياد لها على المرضى بأمراض معينة، وإنما يشمل كذلك الأصحاء الذين يرغبون في إراحة أعصابهم واللجوء إلى مكان تتوفر فيه أسباب الراحة والمتعة. وقد أصبحت إقتصاديات السياحة المعدنية ذات أهمية بالغة بالنسبة لبلدان أوروبية كثيرة منها؛ إيطاليا وبولندا، ونحن نجد أن الجزائر تولي أهمية بالغة لهذا النوع من السياحة، حيث تزخر الجزائر بالكثير من المياه المعدنية وكذا المياه الحموية مما جعلها محطة جذب سياحي سواء للعلاج أو الإستجمام. حيث نجد مثلا منابع منطقة العيساوية وفج الحوضين بمنطقة تابلط بولاية المدية، كما نجد الكثير من الحمامات المعدنية مثل حمام الهاشمية بالبوير، حمام ريفة بعين الدفلى وحمام مسك الطين بقالة...إلخ. أما عن مياه البحر فنجد الجزائر منطقة ساحلية بامتياز، وذلك لكثرة الشواطئ ومياه البحر والتي تستغل للتداوي والإستجمام على حد سواء. هذا وقد أورد المشرع الجزائري نصوصا خاصة بالمياه المعدنية والحموية، وكذا مياه البحر. حيث تنص المادة 8/3 و10 من القانون رقم 03-01، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أنه: "السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر هي كل تنقل لأغراض علاجية طبيعية بواسطة مياه المنابع الحموية ذات المزايا الاستشفائية العالية أو بواسطة مياه البحر،

ويستفيد منها زبائن يحتاجون إلى علاج في محيط مجهز بمنشآت علاجية وإستجمامية وترفيهية".

السياحة الحموية البحرية: "هي كل إقامة سياحية على شاطئ البحر يتمتع فيها السياح زياداً على التسلية البحرية، بأنشطة أخرى مرتبطة بالتنشيط في المحيط البحري". يتضح جليا أن المشرع الجزائري كرس بيئة تشريعية لحماية المصطافين سواء بغرض العلاج أو الإستجمام، فالحماية القانونية للسائح تعتبر عاملا لا يستهان به لصناعة السياحة في الجزائر.

د-الصحراء: تعتبر الصحراء مقوم جذب سياحي بامتياز، نظرا لشساعتها، ولزخرها بمقومات رائعة، حيث تنص المادة 9/3 من القانون رقم 03-01، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أن: "السياحة الصحراوية هي كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف".

2-المقومات الثقافية (التاريخية والأثرية والدينية): المقومات الثقافية تخص كل عناصر الجذب المادية منها وغير المادية، وثقافة البلد تتمحور في تاريخها وآثارها ودينها، حيث تعتبر المقومات التاريخية والأثرية مغريات سياحية مهمة، فالتعرف على الحضارات والتاريخ الإنساني من خلال المعالم الأثرية يعتبر متعة ذهنية رفيعة. فمشاهدة الآثار أو دراستها ليست مجرد وسيلة للهروب من الحاضر أو التنقيب عن الماضي، ولكن بالمفهوم الصحيح هي وسيلة لزيادة فهمنا لنفوسنا. فبالتطلع إلى الوراء على طول الطريق الذي قطعناه نكون أكثر فهما للمستقبل، حيث تعتبر الآثار انعكاسا لحضارات وامتداد مضطرب التطور والمعرفة الإنسانية واستطلاع الماضي ليس بالأمر الحديث²⁰. حيث نجد الجزائر تزخر بالمعالم السياحية في مختلف ولايات الوطن، بمعنى أن المقومات التاريخية والأثرية موجودة في جميع أقطار الجزائر، فمن معلم تينهنان ورسومات الطاسيلي، إلى الكهوف والأضرحة، والآثار الرومانية التي تشهدها عدة مناطق من الوطن كمنطقة بسكرة وتيمقاد وتيبازة. ناهيك عن الفن المعماري الإسلامي العتيق المتمثل في المساجد العريقة والقصور والقلاع والزوايا. كما نجد الصناعات الحرفية لها أثرها في تنمية السياحة.

3-المقومات الاجتماعية: تمثل المقومات الاجتماعية طريقة حياة الشعوب وسلوكها، وهي التي قد تجمع بين القديم الرائع والحديث المتقدم، إضافة إلى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها²¹.

4-المقومات الخدمائية: تقوم صناعة السياحة أساسا على الخدمات، والنصيب الأكبر من المشتغلين فيها هم من عمالة الدرجة الثانية والثالثة، في مجالات الإيواء والنقل والمطاعم وأماكن الترفيه والتسلية، ومحال بيع التحف²². وتعتبر الخدمات جزء من المنتج السياحي الذي يمس السلع أيضا.

تتمثل المنتج السياحي في مجموع الخدمات والسلع النهائية المقدمة من طرف القطاع السياحي للمستهلكين، ويقاس بحجم وطاقة التجهيزات، الإقامة، النقل السياحي، عدد الغرف أو الأسرّة في الفندق، وعدد الأماكن المعروضة في شركات الطيران. كما يعرف بأنه مجموع الأعمال والنشاطات التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع

السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي²³. وتنقسم الخدمات السياحية إلى نوعين رئيسيين: خدمات أساسية تتمثل في الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى كالقري السياحية. وخدمات تكميلية داعمة وتتمحور خدمات المواصلات والاتصال، وكالات السياحة والأسفار، محال بيع الهدايا السياحية والتحف التذكارية، المطاعم، مكاتب الإعلام والإرشاد السياحي، ودور السينما والمسارح... إلخ²⁴.

تختص الخدمات السياحية بالتذبذب والتغاير والتلازم وكذا استحالة نقلها:

- **الفنائية والتذبذب:** تتصف الخدمات السياحية بالفنائية والتذبذب، لذلك يجب تقديم الخدمة فوراً وعدم تركها لوقت لاحق، لأنها تسبب للمؤسسة خسارة لا يمكن تعويضها، وعليه يجب على الإدارة السياحية بيع خدماتها في نفس لحظة جاهزيتها من أجل تحقيق ربح أكبر. مثال ذلك غرف الفنادق وأماكن الطائرات والبواخر، فعدم الحجز فيها يعني شغورها، وهذا يعدّ خسارة للهيئة والإدارة السياحية. لذلك ننادي بضرورة الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات، لأنّ التسويق السياحي الإلكتروني يعتمد على الخدمات التي تقدم للسائح عن طريق الإعلان الإلكتروني من أجل ترويج الخدمات بالتأثير في نفسية السائح من أجل استقطابه.

- **التغاير:** بمعنى عدم التشابه، فمثلا شركة النقل الجوي لا تقدم نوعية الخدمة نفسها في كل رحلة إذ يتحدّد نوع الخدمة حسب نوع الرحلة والمسافة والدرجة²⁵.

- **التلازم:** لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنّه يقدم الخدمة، أي قناؤ التوزيع تكون مباشرة، مثل وكلاء السفر لا يجوز بيعها في أي سوق أخرى غير مختصة بالسياحة²⁶.

- **استحالة نقلها:** نجد أنّ السلعة تنقل للزبون، لكن بالنسبة للخدمة السياحية فإنّ الزبون هو من ينتقل للحصول عليها.

معرفتنا لأهمية الخدمة السياحية يُظهر جلياً أهمية الإستثمار فيها، فالإستثمار في مجال النقل والفندقة والمطاعم يؤدي بنا للتنوية عن أهمية الإستثمار في البنية التحتية، خاصة وأنّ قطاع السياحة قطاع مركب، أي لا يقوم بصفة فرادي، ما لم يقترن ببعض القطاعات المكملة له، لذلك نوهنا قبلا للخدمات الأساسية الجوهرية والخدمات التكميلية الداعمة، بإعتبار أنّ الفندق كخدمة أساسية تستلزم خدمات مكملة لذلك كالإطعام. والنقل كخدمة أساسية يستلزم وجود طائرات وقطارات وسيارات وهذه الوسائل الداعمة تحتاج لبنية تحتية من مطارات وموانئ وطرق ووسائل مواصلات. لذلك نرى أنّ مجال الإستثمار في الخدمات السياحية واسع، وحسن التسيير يؤدي لا محالة إلى تنمية سياحية حقيقية، وفي ظل هذا التكامل نكون أمام صناعة السياحة في الجزائر.

ثانيا - ضمانات الإستثمار السياحي:

تنص المادة 11 من القانون رقم 03-01، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة على أنه: "قصد ترقية الإستثمار ورفع القدرة التنافسية للمنتوج السياحي الوطني تضع الدولة تدابير تشجيعية لا سيما في مجال تهيئة وسير مناطق التوسع والمواقع السياحية". ونجد من بين التدابير التشجيعية جملة من الضمانات التي خولها المشرع للمستثمر الأجنبي بموجب القانون رقم 16-09، المتعلق بترقية الإستثمار²⁷.

بما أن الإستثمار السياحي يخص الوطنيين والأجانب، فقد خول المشرع جملة من الضمانات من شأنها تشجيع الإستثمار خاصة بالنسبة للأجانب في البلد المضيف، وتتمثل هذه الضمانات في:

1- المعاملة المنصفة والعادلة للأجانب فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة بإستثماراتهم: تنص

المادة 21 من القانون رقم 16-09، المتعلق بترقية الإستثمار على أنه: "مع مراعاة أحكام الإتفاقيات الثنائية والجهوية والمتعددة الأطراف، يتلقى الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الأجانب معاملة منصفة وعادلة، فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة بإستثماراتهم".

2- مراعاة الإستقرار التشريعي في قانون الإستثمار: ثبات القوانين الحاكمة للعملية

الإستثمارية يعدّ ضمانا للمستثمر الأجنبي حيث يكون رأسماله آمن، لذلك نص المشرع الجزائري في المادة 22 من القانون رقم 16-09، المتعلق بترقية الإستثمار على أنه: "لا تسري الآثار الناجمة عن مراجعة أو إلغاء هذا القانون، التي قد تطرأ مستقبلا على الإستثمار المنجز في إطار هذا القانون، إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة".

3- أن لا تكون الإستثمارات المنجزة موضوع إستيلاء: تنص المادة 23 من قانون ترقية الإستثمار

على أنه: "زيادة على القواعد التي تحكم نزع الملكية، لا يمكن أن تكون الإستثمارات المنجزة موضوع إستيلاء إلا في الحالات المنصوص عليها في التشريع المعمول به.

يترتب على هذا الإستيلاء ونزع الملكية تعويض عادل ومنصف".

4- اللجوء إلى التحكيم الدولي كآلية لفض المنازعات: يكون اللجوء إلى التحكيم الدولي في

حالة نشوب نزاع بين المستثمر والدولة المضيضة، حيث تنص المادة 24 من قانون ترقية الإستثمار على أنه: "يخضع كل خلاف بين المستثمر الأجنبي والدولة الجزائرية يتسبب فيه المستثمر، أو يكون بسبب إجراء إتخذته الدولة الجزائرية في حقه، للجهات القضائية المختصة إقليميا، إلا في حالة وجود إتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف أبرمتها الدولة الجزائرية تتعلق بالمصالحة والتحكيم، أو في حالة وجود إتفاق مع المستثمر ينص على بند تسوية يسمح للطرفين بالإتفاق على تحكيم خاص".

5- تحويل رأس المال المستثمر والعائدات الناجمة عنه: يحرص المستثمر الأجنبي على ضمان

تحويل أمواله، هذا ما تؤكده المادة 25 من قانون ترقية الإستثمار على أنه: "تستفيد من ضمان رأس المال المستثمر والعائدات الناجمة عنه، الإستثمارات المنجزة إنطلاقا من حصص في رأس المال في شكل حصص نقدية مستوردة عن الطريق المصري، ومدونة بعملة حرّة التحويل يُسعرها بنك الجزائر بانتظام، ويثمّ التنازل عنها لصالحه، والتي تساوي قيمتها أو تفوق الأسقف الدنيا المحدّدة حسب التكلفة الكليّة للمشروع، ووفق الكيفيات المحدّدة عن طريق التنظيم...".

تعتبر هذه الضمانات بمثابة حماية قانونية للمستثمر الأجنبي وعاملا رئيسيا في جذب، ومحفزا له. لذلك اعتبرنا هذه الضمانات ذات فعالية في جذب المستثمر الأجنبي وحماية حقوقه، ومن ثم النهوض بالإقتصاد الوطني وصناعة السياحة في الجزائر.

خاتمة:

يتوقف تطور الإستثمار السياحي على مدى تدفق رؤوس الأموال سواء الداخلية أو الخارجية وعلى مدى قوّة عناصر الجذب السياحي، بالإضافة إلى الضمانات والحوافز الممنوحة للمستثمرين في هذا المجال.

تكمن أهمية الإستثمار في مقومات الجذب السياحي سواء الطبيعية أو الثقافية أو الإجتماعية وكذا الخدماتية، من خلال اعتماد الدولة لتلك المقومات كعناصر جذب سياحي، لذلك لا بد من حماية هذه المقومات وصيانتها ومن ثمّ تطويرها وتقديمها ضمن العرض السياحي.

تعدّد مجالات الإستثمار السياحي يعدّ في حدّ ذاته محفزا للإستثمار، فمن الإستثمار المادي، إلى الإستثمار في الموارد البشرية وصولا إلى الإستثمار في البحث والتكنولوجيا. حيث نجد في الإستثمار البشري، ضرورة حتمية تنادي لتكوين وتأطير وتنمية الموارد البشرية بإعتبارها عنصر فاعل في السياحة. أمّا الإستثمار في البحث والتكنولوجيا، فإننا نجد أنّ زيادته القدرة التنافسية وخلق فرص سياحية جديدة لن تتأتى إلّا بالبحث، ونجد أنّ التكنولوجيا في مجال السياحة أصبح لها أثرها لخلق سياحة إلكترونية بإمتياز خاصة بالنسبة للتسويق الإلكتروني.

تلعب السياحة دورا هاما في تحفيز الصناعات الأخرى المرتبطة بها سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة، ولها أثر كبير في جلب العملة الصعبة وإمتصاص البطالة، لذلك نعرض بعض الإقتراحات:

- يجب العمل على مضاعفة حجم المشاريع والإستثمار في القطاع السياحي الجزائري من أجل تعزيز تنمية مستدامة. ويبقى تحقيق الرهان مرتبطا برفع العوائق التي يواجهها المتعاملون في

- ميدان السياحة. لأنّ الإستثمار في القطاع السياحي يتأثر بحجم التسهيلات والخدمات المقدمة وبالبيئة الإستثمارية الملائمة والمشجعة وبالبنية التحتية المتوفرة،
- تكوين وتأطير الموارد البشرية باعتبار السياحة قطاع خدماتي بإمكانيات، ويعتمد على اليد العاملة بكثرة.
- توفير العقار السياحي، حيث لا يمكننا الحديث عن إستثمار سياحي دون توفير القدر الممكن من العقارات اللازمة لذلك.
- ضرورة الإستثمار في الموارد الطبيعية والثقافية، حيث أنّه من المعروف أنّ العرض السياحي يعتمد بشكل واضح على العامل الطبيعي من موقع ومناخ ومصادر المياه إلى جانب الثروة الغابية ممّا يدعو إلى ضرورة المحافظة على البيئة بإعتبارها مصدر سياحي. كما أن عناصر الجذب الثقافي تعتبر ميزة تنافسية للإستثمار السياحي.
- الإستثمار في جميع القطاعات المتصلة بالسياحة مثل؛ النقل وبناء الفنادق والمطاعم ومرافق السيارات والحافلات، بالإضافة إلى إستغلال البنية التحتية، بإعتبار أنّ قطاع السياحة خدماتي لا يمكن قيام صناعة سياحة دون النهوض بمختلف القطاعات المتصلة به.
- ضرورة التركيز على التسويق الإلكتروني بإعتباره دعامة إقتصادية وذلك من خلال الإشهار الإلكتروني ببيان الموروث الطبيعي والثقافي للبلد المستقطب للسياحة.

الهوامش:

- ¹ - قانون رقم 03-01، مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فبراير 2003، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ج ر عدد 11، صادرة بتاريخ 19 فبراير 2003.
- ² - علي موفق؛ أهمية الإستثمارات السياحية ودورها في التنمية الإقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2001 - 2012، ص 131.
- ³ - قويدر الويزة؛ إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 196.
- ⁴ - أولاد الهدار فاتح بلقاسم؛ دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية (دراسة حالة ولاية غرداية)، مذكره الماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة السياحية والبيئية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2012 - 2013، ص 73. أيضا، العاني رعد مجيد؛ الإستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن 2008، ص 5.
- ⁵ - عثمان محمد غنيم - بنيتا نبيل سعد؛ التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 1999، ص 186.
- ⁶ - عيسى خليفي- فريحات سمير؛ أثر الإستثمار السياحي على السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد 02، العدد 06، حيزان 2006، ص 127.

- 7 - حيزية حاج الله: الإستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب البليدة 2006، ص 72.
- 8 - بوعقلين بديعة: الإستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2005-2006، ص 53.
- 9 - قويدر الويزة: إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2009-2010، ص 240.
- 10 - بركات كامل النمر المهيترات: الجغرافيا السياحية (الأقاليم السياحية في العالم)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 2010، ص 47.
- 11 - بوعقلين بديعة: الإستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، مرجع سابق، ص 55.
- 12 - موفق عدنان عبد الجبار الحميري: أساسيات التمويل والإستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 2009، ص ص 263 و 264.
- 13 - موفق عدنان عبد الجبار الحميري: أساسيات التمويل والإستثمار في صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 264.
- 14 - قانون رقم 03-03، المؤرخ في 16 ذي الحجة 1423، الموافق ل 17 فيفري 2003، المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، ج ر عدد 11، صادرة بتاريخ 18 ذي الحجة 1423، الموافق ل 19 فيفري 2003.
- 15 - بوعقلين بديعة: الإستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، مرجع سابق، ص 54.
- 16 - نعيم الظاهر - سراب الياس: مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسير، عمان (الأردن) 2007، ص 145.
- 17 - قانون رقم 03-01، مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17 فبراير 2003، المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ج ر عدد 11، صادرة بتاريخ 19 فبراير 2003.
- 18 - بركات كامل النمر المهيترات: الجغرافيا السياحية...، مرجع سابق، ص 121.
- 19 - المرجع نفسه، ص 117.
- 20 - نعيم الظاهر - سراب الياس: مبادئ السياحة، مرجع سابق، ص 146.
- 21 - المرجع نفسه، ص 146.
- 22 - كامل النمر المهيترات: الجغرافيا السياحية...، مرجع سابق، ص 47.
- 23 - هدير عبد القادر: التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية - حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، سنة 2010-2011، ص 30 و 31.
- 24 - المرجع نفسه، ص 32.
- 25 - نعيم الظاهر - سراب الياس: مبادئ السياحة، مرجع سابق، ص 253.
- 26 - المرجع نفسه، ص 253.
- 27 - قانون رقم 16-09، مؤرخ في 29 شوال 1437، الموافق ل 3 غشت 2016، المتعلق بترقية الإستثمار، ج ر عدد 46، الصادرة بتاريخ 3 غشت 2016.