



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي ميلة

الرقم التسلسلي :

معهد العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير

ميدان علوم إقتصادية، التسيير والتجارة

التخصص: مالية

الشعبة: علوم التسيير

مذكرة بعنوان

دور الإستثمارات السياحية في التنمية الإقتصادية

دراسة حالة بولاية ميلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس ل. م. د في علوم التسيير تخصص مالية

إشراف الأستاذة:

بوزاهر صونية

إعداد الطلبة:

بلكيموش وفاء

بوطغان عالمة

جوامبي سارة

السنة الجامعية: 2011-2012

دعاء

اللهم إننا نسألك خير المسألة و خير الدعاء و خير النجاح و خير العلم و خير العمل و خير التواب.

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا باليأس إذا أخفقنا و ذكرنا أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح

اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ تواضعنا و إذا أعطيتنا تواضعا فلا تأخذ إعتزازنا بكرامتنا.

صلى الله على نبينا محمد وعلى آله و أصحابه الأخيار و سلم تسليما كثيرا.

"ربنا تقبل منا هذا الدعاء"

الإهداء

لأن في هذا الإهداء نخلد من نحب، نخلد به من قاموس السنين الطاهرة والأحلام أهدى بأحور 22 سنة إلى:

التي جعل الله الجنة تحت قدميها، إلى من أنارت حربي بدعوتها، إلى العين الساهرة التي لا تنام، إلى من

دفعني إلى العطاء ومسيرة الحياة بأفراحها وأفراحها، أهدى عملي هذا راجية من المولى عز وجل أن يطيل عمرها وتبجلي بارة مطيعة لها:

<<أمي الغالية>> **خديجة**

إليك رمز التضحية والنضال وعنوان النبيل والعطاء، إلى من دفعني لإقباس العلم والعمل به وحذرتني من عواقب الجمل، إلى من أعطاني دروس في الحياة وعلمني أن الفضل يصنع النجاح إلى من رباني على الأخلاق والفضيلة

<<أبي العزيز>> **عبد المجيد**

إلى من شاركوني في فرحة الصبا وشقاوة الطفولة إلى إخوتي الأعمام: **إبتسام، أمينة، عائشة، رجا،**

مريم

إلى الذي مز لها أوتار قلبي وتقاسمت معه أجمل أيامي خلوما ومرما والذي تطرب لوجوده حياتي

<<أخي الغالي>> **خالد**

ومثلما يقول المثل: "رب أح له تلده أمك" إلى شقائقي روحي حديقتي: **مريم ، منار**

إلى حديقتي حربي والتي عشت معي أحلى الأوقات: **شمس الأصيل ، سميلة ، ناريمان**

إلى حديقات الجامعة والتي تقاسمت فيما مرارة وحلاوة الحياة: **لمياء ، سارة ، وفاء ، سمية، فاطمة، أمل ،ريمه، وحنا،إيمان**

إلى كل الأهل والأقارب.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

إلى كل من يذكركم قلبي ولم ينظمه قلبي، أمدني لعموم هذا العمل المتواضع،
راجية من المولى عز وجل أن يكون باخرة خير لي في حياتي.

عليمة

الإهداء

لأن في هذا الإهداء نخذ من نحب، نخذ به من قاموس السنين الذائبة والأحلام أهدى بأحور 22 سنة إلى التي جعل الله الجنة تحت قدميها، إلى من أنارت دربي بدعوتها، إلى العين الساهرة التي لا تنام، إلى من دعوتني إلى العطاء ومسايرة الحياة بأفراحها وأفراحها، أهدى عملي هذا راجية من المولى عز وجل أن يطيل عمرها ويجعلني بارة مطيعة لها.

<<أمي الغالية>> **زليخة**

إليك رمز التضحية والنضال وعنوان النبيل والعطاء، إلى من دعوتني لإقباس العلم والعمل به وحذرتني من عواقب الجهل، إلى من أعطاني دروس في الحياة وعلمني أن الفضل يصنع النجاح إلى من رباني على الأخلاق والفضيلة

<<أبي العزيز>> **محمد المجيد**

إلى من شاركوني في فرحة الصبا وشقاوة الطفولة إلى إخوتي الأعمام **حمزة وفاروق**.

إلى التي تمز لها أوتار قلبي وتقاسمت معي أجمل أيامي حلوها ومرها والتي تطرب لوجودها حياتي

<<أختي الغالية>> **صابرين**

ومثلما يقول المثل: "رب أخ له تلده أمك" إلى شقيقتي روي صديقتي: **إيمان، حنان**

إلى صديقات الجامعة والتي تقاسمت فيها مرارة وحلاوة الحياة: لمياء ، حليلة، وفاء ، سميرة، فاطمة، أمل ريمة.

إلى أصدقاء الدراسة: عمار ، حسين ويعقوب

وإلى الغالي: **أحمد**

إلى كل الأهل والأقارب وخاصة عمي وزوجته فاطمة، أمال ، ندى ، أسيا ، حياة ، محمد المالك والكتكات الصغير "منذر" وخالتي العزيزة جميلة وأبنائنا .

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

إلى كل من يذكره قلبي ولم ينظمه قلبي، أمدني لهم جميعاً هذا العمل المتواضع،
راجية من المولى عز وجل أن يكون باحثة خير لي في حياتي

سارة

الإهداء

لأن في هذا الإهداء نخلد من نحب، نخلد به من قاموس السنين الطائفة والأحلام أهدى بأحور 21 سنة إلى:

التي جعل الله الجنة تحت قدميها، إلى من أنارت حربي بدعوتها، إلى العين الساهرة التي لا تنام، إلى من

دفعني إلى العطاء ومسيرة الحياة بأفراحها وأفراحها، أهدى عملي هذا راجية من المولى عز وجل أن يطيل عمرها وتبجلي بارة مطيعة لها:

<<أمي الغالية>> **حورية.**

إليك رمز التضحية والنضال وعنوان النبيل والعطاء، إلى من دفعني لطلب العلم والعمل به و حذرنى من عواقب الجهل، إلى من أعطاني دروس في الحياة و علمني أن الفضل يصنع النجاح إلى من رباني على الأطلاق والفضيلة

<<أبي العزيز>> **أحمد.**

إلى الذين مز لهم أوتار قلبي وتقاممت معهم أجمل أيامي حلوها ومرها والذي تطرب لوجوده حياتي إلى من شاركوني في فرحة الصبا وخفاوة الطفولة إلى إخوتي الأعزاء: **مريم و حسبة**

<<أخي الغالي>> **سليمان.**

وجديتي الغالية: **يمونة، و يمينة.**

وإلى صديقات حربي الذين عشت معهم أحلى الأوقات: **أميرة، لمياء، منار، أسماء**

إلى أصدقاء الجامعة و التي تقاممت فيها مرارة وحلاوة الحياة: **خديجة ، سارة، عليمة، أمل، سميرة، فاطمة، ريمه، حمزة، أمين.**

إلى كل الأهل و الأقارب.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

إلى كل من يذكرهم قلبي ولم يخطمهم قلبي، أهدى لهم جميعا هذا العمل المتواضع.

راجية من المولى عز وجل أن يكون باحرة خير لي في حياتي.

وفاء

شكر و عرفان

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا هدايا الله .

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و تتحقق المنى و المقاصد و الغايات و الصلاة و السلام على النعمة المستدامة إليه سيدنا و حبيبنا و قائدنا محمد صلى الله عليه و سلم إلى يوم الدين.

مصادقا لقوله تعالى: " ولا تنسوا الفضل بينكم " فإنه لمن دواعي الجميل و العرفان أن نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة الفاضلة التي أشرفت على هذه المذكرة " بوزاهر صونية" أسأل الله أن يجازيها عنا خير الجزاء و أن يجعل جهودها في ميزان حسناتها. "أمين".

كما لا ننسى كل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد زملاء أو أساتذة العلوم الإقتصادية، التسيير و علوم تجارية.

دون أن ننسى موظفي و عمال مديرية السياحة لولاية ميله مجهودهم و حسن إستقبالهم.

شكرا

الفهرس

I-I	فهرس المحتوى
I	فهرس الجداول والأشكال
أ - د	المقدمة العامة
	الفصل الأول: ماهية السياحة والاستثمار السياحي
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية السياحة
3	المطلب الأول: مفهوم السياحة
3	الفرع الأول: تعريف السياحة
6	الفرع الثاني: التطور التاريخي للسياحة
7	الفرع الثالث: أهمية وخصائص السياحة
9	المطلب الثاني: أبعاد السياحة ودوافعها
9	الفرع الأول: ابعاد السياحة
11	الفرع الثاني: تصنيف السياحة
16	الفرع الثالث: الدوافع السياحية
17	المطلب الثالث: الخدمات السياحية
18	الفرع الأول: تعريف الخدمة السياحية ، خصائصها وعوامل نجاحها
20	الفرع الثاني: أنواع الخدمة السياحية
21	الفرع الثالث: إدارة الخدمة السياحية
25	المبحث الثاني: السوق السياحي وتأثير السياحة

25	المطلب الأول: السوق السياحي وتأثير السياحة
25	الفرع الأول: مفهوم السوق السياحي
26	الفرع الثاني: أنواع السوق السياحي
27	الفرع الثالث: تأثير السياحة
28	المطلب الثاني: الطلب والعرض السياحي
28	الفرع الأول: الطلب السياحي
32	الفرع الثاني: العرض السياحي
35	الفرع الثالث: السائح
37	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاستثمار السياحي والتنمية الاقتصادية	
39	تمهيد
40	المبحث الأول: ماهية الاستثمار السياحي
40	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار
40	الفرع الأول: تعريف الاستثمار
41	الفرع الثاني: أهمية الاستثمار
41	الفرع الثالث: تصنيف الاستثمار
43	المطلب الثاني: أدوات ودوافع الاستثمار السياحي
43	الفرع الأول: أدوات الاستثمار السياحي
44	الفرع الثاني: محددات الاستثمار السياحي
45	الفرع الثالث: دوافع الاستثمار السياحي
46	المبحث الثاني: التنمية الاقتصادية والاستثمارات السياحية

46	المطلب الأول: محددات نمو الاستثمار السياحي وسبل ترقيته
46	الفرع الأول: محددات نمو الاستثمار السياحي وعوائقه
48	الفرع الثاني: سبل ترقية الاستثمار السياحي والاجراءات المتخذة لتشجيعه
50	الفرع الثالث: الاستثمارات السياحية في ظل التحولات الاقتصادية
52	المطلب الثاني: التنمية الاقتصادية السياحية
52	الفرع الأول: ماهية التنمية
55	الفرع الثاني: التنمية الاقتصادية، أهميتها وعناصرها
60	الفرع الثالث: دور السياحة في قضايا التنمية
65	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: السياحة والاستثمارات السياحية في ولاية ميلة
67	تمهيد
68	المبحث الأول : السياحة في ولاية ميلة
68	المطلب الأول : تقديم ولاية ميلة
68	الفرع الأول: تعريف الولاية
68	الفرع الثاني: لمحة تاريخية عن ولاية ميلة
69	الفرع الثالث: تطور التاريخي لولاية ميلة
69	المطلب الثاني: السياحة بولاية ميلة
70	الفرع الأول: أنواع السياحة بولاية ميلة
72	الفرع الثاني: المؤهلات السياحية لولاية ميلة
74	المبحث الثاني: الاستثمارات بولاية ميلة
74	المطلب الأول: الاستثمار بالولاية

74	الفرع الاول: الاستثمار السياحي
75	الفرع الثاني: المشاريع الاستثمارية السياحية
77	الفرع الثالث: السياسة السياحية بالولاية
77	المطلب الثاني: دور مديرية السياحة في تنشيط السياحة بالولاية
77	الفرع الاول: التعريف والهيكل التنظيمي للمديرية
79	الفرع الثاني: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية
81	الفرع الثالث: الهياكل السياحية الموجودة بالولاية والمشاكل التي تواجهها
89	خلاصة الفصل
91	الخاتمة
94	قائمة المراجع

فهرس الجداول و الأشكال

الجدول:

1. الجدول رقم (1): المشاريع السياحية المتوقفة.....76
2. الجدول رقم (2): المشاريع السياحية في طور الانجاز.....76
3. الجدول رقم (3): الفنادق المتواجدة بولاية ميلة81
4. الجدول رقم (4): إحصائيات السواح بولاية ميلة.....82
5. الجدول رقم (5): الوكالات السياحية بولاية ميلة.....82
6. الجدول رقم (6): المشاريع التي في طور الإنجاز.85

الأشكال:

- الشكل رقم (01) : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية ميلة.....78

مقدمة

تكتسب السياحة أهمية متزايدة نظرا للدور الهام و البارز الذي تؤديه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم كونها تؤمن موارد مالية بالعملة الصعبة و تعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي كما أنها ترتبط بعملية التنمية ارتباطا وثيقا، وتعمل على حل بعض المشاكل الاقتصادية كالبطالة علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البنية الأساسية و التسهيلات اللازمة لخدمة السائحين و المواطنين على السواء، بمعنى آخر يترتب عن السياحة مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية ، البيئية و السياسية في المقصد السياحي.

ولقد انتقلت السياحة من نشاط يعني التنقل لإشباع رغبات الإنسان إلى صناعة حقيقية قائمة بذاتها، هذا ناجم عن تطور و نمو العلاقات الاقتصادية و السياسية بين الدول وما تبعها من حرية التنقل للأشخاص، بالإضافة إلى نمو و تحسن المداخل ، تطور وسائل النقل و الاتصال مما أسهم في إثارة الرغبة في التنقل والاكتشاف فأصبحت السياحة موردا رئيسيا و قطاعا استراتيجيا يتضمن التخطيط، الاستثمار، التشييد، التسويق و الترويج.

فكلما زاد حجم التدفقات السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية و بالتالي ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط الصناعات و الخدمات المتصلة بالسياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكل استثمار جديد يتولد عنه إنفاق جديد.

وعليه يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما هو دور الاستثمارات السياحية في التنمية الاقتصادية؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية و مكانة القطاع السياحي في اقتصاديات دول عديدة والنتائج الإيجابية التي حققها فيها.
- الدور الذي يؤديه الاستثمار السياحي في توفير فرص العمل العديدة سواء مباشرة أو غير مباشرة، الأمر الذي يجعل الاهتمام به في بلادنا ضروريا للنهوض بقطاع السياحة و التخفيف من حدة البطالة.
- الاهتمام الكبير الذي توليه السلطات بالقطاع السياحي في الآونة الأخيرة لإشراكه في تحقيق التنمية بعد تبنيها للإصلاحات الاقتصادية التي تحتم عليها تنويع الاقتصاد و الموارد و عدم الاعتماد على قطاع المحروقات فقط.

أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى إبراز النقاط التالية:

- أهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية.
- القدرات والإمكانيات السياحية التي تتمتع بها ميلة والتي تؤهلها أن تكون قطبا سياحيا ينافس مدن سياحية عديدة.
- السياسة السياحية الجديدة المتبعة من طرف القطاع والتي تعتمد على تشجيع القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار فيه وتحديد فرص الشراكة.
- تحديد أهم المشاكل التي يواجهها المستثمر الأجنبي ومحاولة إيجاد حلول تتناسبها.
- تحديد الفرص الاستثمارية التي يمنحها القطاع السياحي ليتم استغلالها والاستفادة منها.

مبررات اختيار الموضوع:

توجد عدة مبررات وأسباب تدفعنا لاختيار هذا الموضوع أهمها ما يلي:

-التطورات التي عرفتتها السياحة العالمية وأهمية القطاع في اقتصاديات الدول من خلال الإيرادات التي تحققها وخلقها لفرص عمل كبيرة.

-النتائج الإيجابية التي حققتها الدول المجاورة (تونس، المغرب) في هذا المجال والتي تشابه منتوجاتها السياحية منتوجاتنا.

-انفتاح الاقتصاد الجزائري على الاستثمار الخاص يشكل فرصة هامة لتطوير قطاع السياحة.

-الدور الاجتماعي الهام الذي تحققه السياحة من خلال خلقها لفرص العمل وتحسين مستوى معيشة الأفراد بالإضافة إلى تحقيق توازن بين المناطق.

-الموقع الاستراتيجي للولاية.

منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، فالمنهج الوصفي يتعلق بمختلف المفاهيم والتعاريف المقدمة أما المنهج التحليلي فتم استخدامه لدراسة وضعية القطاع السياحي وأهم التطورات التي عرفها، بالإضافة إلى استخدام وسائل إحصائية لتحليل البيانات والمؤشرات السياحية المختلفة.

أدوات الدراسة:

تتمثل أدوات الدراسة المستعملة فيما يلي:

-المراجع المتمثلة في الكتب، المنشورات، المعلومات الالكترونية، و مذكرات التخرج (ليسانس، ماجستير).

-تقارير المديرية الولائية.

-الاتصال بالهيئات المختصة (مديرية السياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية...).

-القوانين و التشريعات المتعلقة بالقطاع السياحي و الاستثمار.

هيكل الدراسة:

لقد حددت الدراسة في ثلاثة فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي، تمثلت في:

الفصل الأول : تضمن مفاهيم عامة حول السياحة، والتي تلخصت في: ماهية السياحة، السوق السياحي وتأثير السياحة.

الفصل الثاني : تضمن الاستثمار السياحي والتنمية الاقتصادية وقد تطرقنا فيه إلى ماهية الاستثمار، التنمية الاقتصادية والاستثمارات السياحية.

الفصل الثالث : وتضمن السياحة والاستثمارات السياحية في ولاية ميله وذلك من خلال دراسة تاريخ الولاية، أهم مناطق الجذب السياحي بها، الاستثمار بالولاية والآفاق السياحية المستقبلية بها.

تمهيد:

تتجه السياحة و صناعتها عالميا لتصبح واحدا من الصناعات الرائدة في المستقبل و ذلك نظرا للأهمية و الخصوصية التي تلعبها في إقتصاد البلدان السياحية المتقدمة و النامية على حد سواء،حيث توفر السياحة عائدات كبيرة من النقد الأجنبي لرفع الدخل الوطني و ميزان المدفوعات بشكل مستمر كما توفر فرص عمل متزايدة لشرائح مختلفة من الرجال و النساء إلى جانب جذبها لفرص إستثمار جديدة لتنمية المناطق النائية و العائدات السياحية تتوزع على قطاعات اقتصادية و خدمية كثيرة لارتباطها المباشر و غير المباشر بصناعة السياحة، هذا عوضا عن أن السياحة هي صناعة بلا دخان، ليس في مدخلاتها أو مخرجاتها أضرار بيئية مؤثرة على مقومات الطبيعة و مصادر الثقافة، بل إنها تقتضي المحافظة على البيئة الطبيعية السلمية، النظيفة و الموروث الثقافي التاريخي المتوهج، كما أن السياحة تمثل واحة و متنفسا للإنسان طلبا للاستجمام و الراحة،

المتعة النفسية، العصبية، الجسمية،العقلية بين الحين و الآخر.

السياحة هي رسالة السلام و الأمن والاستقرار عبرها تتلاقى الحضارات و الثقافات الإنسانية ، تنقل المعارف عن الدول و تأريخها بشكل حي مجسد أكثر من أي وسيلة أخرى.

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى ما يلي:

- المبحث الأول: ماهية السياحة

- المبحث الثاني: السوق السياحي وتأثير السياحة

المبحث الأول: ماهية السياحة

تتعدد المفاهيم المتعلقة بالسياحة، فهي تبرز و توضح ماهية السياحة و الأهمية التي تؤديها في النشاط الإقتصادي لأي بلد.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

من الصعب إعطاء تعريف واحد وشامل لكلمة السياحة حيث أنه بالقدر الذي يوجد فيه مؤلفون مختصون في هذا المجال بقدر ما يوجد هناك تعاريف مختلفة لكلمة السياحة.

الفرع الأول: تعريف السياحة

نتناول في هذا الفرع تعريف للسياحة و أنواع السياحة حسب التشريع السياحي الجزائري.

أولا: تعاريف للسياحة

أ- تعني كلمة سياحة في معناها الأول السفر و الإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي في الماضي سافر الناس لأهداف مختلفة منها التعرف على العالم و دراسة اللغات الأجنبية¹.

ب- وكانت كلمة السياحة تعني في بدايتها الحركة، السفر، قطع المسافات و العودة لمكان السكن الأصلي².

ت- تعني السياحة انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا والإنفاق من مدخراته، ليس للعمل في المكان الذي يزوره و قد ينشد السائح مجرد الزيارة أو تمضية الإجازة أو الحج أو الصحة أو الدراسة وبناء عليه ينتقل السائحون بصفتهم مستهلكين لا منتجين وقد تكون السياحة داخلية أو خارجي³.

ث- يعرف "كوللر Akoller" السويسري على أن السياحة تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون مؤقتا ببلد ما بعيدا عن مقر إقامته الثانية للأسباب التالية:

- الأسباب الصحية أو الترويج أو إرضاء احتياجات ثقافية.

- الأسباب المهنية (رحلات رجال الأعمال، مهام دبلوماسية اجتماعية، مؤتمرات).

- الأسباب التعليمية (الطلبة والتلاميذ).

نلمس من التعريف السابق أن "كوللر" قد حدد أنواع السائحين المترددين على سويسرا كمجتمع مضيف دون الإشارة إلى المدة التي يجب أن يقضيها السائح كحد أدنى أو أقصى لكي نعتبره سائح.

ج- كما يعرف "فونش وليدن" الإقتصادي النمساوي السياحة بأنها: " كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الجانِب، إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل و خارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة".

¹ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1999، ص 13 .

² يسرى دعيس- العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2002، ص 11،12.

³ مروان السكر، مرجع سابق، ص 17.

- لقد ركز هذا التعريف على النواحي الإقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية و الخارجية⁴.
- ح- وتتعدد التعريفات حول مفهوم السياحة وخصائصها إلا أن ما يهمننا في هذا الصدد عدة مميزات هي:
- أن السياحة تعني التنقل والحركة التي هي من خصائص الإنسان الذي إعتاد على الإنتقال من مكان إلى آخر بغرض الإسترزاق أولا ثم الإستمتاع بمتع الحياة ثم أخذت السياحية كظاهرة أبعاد أخرى.
- مع مرور الزمن كمجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر والترحال من مكان إلى مكان والإقامة المؤقتة و عدم ارتباطها بعمل مأجور.
- أن السائح في البلد المضيف هو مستهلك، إن أنماطه الإستهلاكية المتنوعة و المتميزة ينتج عنها زيادة في دخل البلد السياحي عن طريق الإقبال على السلع والخدمات المقدمة له في كافة الأماكن التي ينتقل إليها في رحلته السياحية فضلا عن مشترياته من الهدايا والتذكارات عند عودته إلى موطنه الأصلي.
- تتميز السياحة عن سائر الصادرات بسمة جوهرية وهي أن المستهلك يأتي إلى البلد المصدر جالبا للأموال والخدمات بدلا من أن يتسلمها في بلده، من ثم كان لابد في أي تحليل يجرى للإقتصاد السياحي من توجيه الاهتمام نحو مشكلات النقل والتوزيع.
- أن السياحة عاملا هاما قويا للتفاهم بين الشعوب و الصداقة بين الدول على أن يتخذ بشأنها عدد من الإجراءات و يجب حث الأهالي الذين يستقبلون السائح على اعتباره ضيفا كسائر الضيوف ليس حتما كنموذج لهم .
- إن السياحة تعد سلوكا مكتسبا من البيئة والظروف الطبيعية، الظروف الإجتماعية، و التنشئة الإجتماعية لابد من توافر الدافع لدى الفرد للسفر، لهذا لابد أن تتضمن السياحة الطلب عليها، ثم الرغبة في السفر، والقدرة على الدفع مع وجود وقت الفراغ.
- خ- تعرف السياحة من خلال تعريف السائح وما يقوم به من نشاط وعلاقات خلال رحلته المؤقتة خارج محل إقامته المعتادة.
- إن لفظ "Tourism" مشتق من لفظ "Tour" يعني رحلة تبدأ من المنزل و تنتهي إليه، يقوم بها الفرد ويعود إلى نفس النقطة التي تبدأ منها أي رحلة دائرية مع التخطيط لزيارة عدة أماكن من أجل العمل أو المتعة أو التعلم .
- كما تعرف السياحة بأنها ممارسة السفر من أجل الإستجمام والتنقل من بلد لآخر للترفيه أو الاستطلاع والكشف.
- تعريف واكرمان Wacker men : السياحة هي مجموعة النشاطات المختلفة التي وضعت من أجل القيام بنوع خاص من الرحلات، كما أنها صناعة تساهم في إشباع رغبات السائح و بالتالي فمعنى السفر هنا هو اختيار حر و اهتمام بإشباع رغبة من اختياره¹.

⁴ - يسرى دعيبس ، مرجع سابق ، ص 16، 15.

¹ - مروة بوسعيد و آخرون، دور التسويق الإلكتروني في تنشيط السياحة في الجزائر-دراسة حالة مديرية السياحة لولاية ميلة و وكالة سيفاتي للسياحة و السفر، مذكرة لنيل ليسانس، تخصص مالية، المركز الجامعي لميلة، 2011، 2010، ص3.

- تعريف م.ف لونتت M.F latent : السياحة هي إجراء فردي، أما فيما يخص السياحة الدولية فإن الزائر يقوم باجتياز الحدود الوطنية من أجل الذهاب في سفر لمدة زمنية محددة، لكن ليس بهدف العمل في بلد أجنبي غير بلده.

- تعريف جعفري للسياحة: هي دراسة الإنسان بعيدا عن موطنه و دراسة الصناعة التي تستجيب لحاجات هذا الإنسان، الصناعة على الدول المضيفة اقتصاديا ،اجتماعيا وبيئيا¹.

تعريف أخرى عن السياحة:

السياحة عبارة عن الزيارة ليلة واحدة على الأقل من أجل الاستمتاع بوقت الفراغ والاجازة أو أغراض أخرى مثل الأعمال، ممارسة المهنة و أغراض سياحية أخرى.

يقصد بلفظ الزيارة الانتقال المؤقت إلى مسافة خارج نطاق السكن المعتاد و أماكن العمل سواء داخل نفس البلد أو خارجها.

تشير لفظ "السياحة" لغويا إلى الضرب في الأرض و جريان الماء قال: "ساح الماء... أي جرى على الأرض،

و السبح أيضا الجاري وساح في الارض يسبح سبحا و سيوحا و سبحان بفتح الياء أي ذهب. و لفظ السياحة Tourism تعتبر مستحدثة في اللغات اللاتينية و غيرها هي مشتقة في الإنجليزية من (to tour)، في الفرنسية من (tourner) و المعنى سواء في الإنجليزية أو الفرنسية يدور أو يجول . من ناحية الاصطلاح فقد تباينت المفاهيم المقدمة لهذا المصطلح(السياحة) سواء في العربية أو الأجنبية، و إن تلاقت كلها في حب التمتع بالسفر².

ثانيا: أنواع السياحة حسب التشريع السياحي الجزائري

لقد وردت أنواع السياحة في التشريع السياحي الجزائري في عدة نصوص تشريعية خاصة بقطاع السياحة، آخرها القانون رقم 01/03 المؤرخ في 17/02/2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة بالتحديد في المادة الثالثة، و قد حدد هذا القانون الأنواع التالية:

أ- السياحة الثقافية:

كل نشاط استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث عمراني: المدن، القرى، المعالم التاريخية، الحدائق والمباني الدينية أو التراث الروحي مثل الحفلات التقليدية، التقاليد الوطنية أو المحلية.

ب- سياحة العمال والمؤتمرات :

كل إقامة مؤقتة لأشخاص خارج منازلهم، تتم أساسا خلال أيام الأسبوع لدوافع مهنية.

ت- السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر:

¹ حميد الطائي، أصول صناعة السياحة ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2001 ،ص 21.

² محمد البناء ، اقتصاديات السياحة و وقت الفراغ، مطابع الولاة الحديثة، الأردن، 1998/1999، ص 15، 16 .

كل تنقل لأغراض علاجية طبية بواسطة مياه المنابع الحموية ذات المزايا الاستشفائية العالية أو بواسطة مياه البحر، يستفيد منها زبائن يحتاجون إلى علاج في محيط مجهز بمنشآت علاجية واستحمامية وترفيهية .

ث - السياحة الصحراوية:

كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية، التاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.

ج - السياحة الحموية البحرية:

كل إقامة سياحية على شاطئ البحر يتمتع فيها السياح، زيادة على التسلية البحرية بأنشطة أخرى مرتبطة بالتنشيط في المحيط البحري.

ح - السياحة الترفيهية والاستجمامية :

كل نشاط استجمامي يمارسه السياح خلال إقامتهم بالمواقع السياحية أو المؤسسات السياحية مثل: خطائر التسلية والترفيه، المواقع الجبلية، المنشآت الثقافية والرياضية¹.

الفرع الثاني: التطور التاريخي للسياحة

بحث الإنسان منذ القدم على آفاق جديدة و مناطق جديدة كما كان يبحث عن نقاط تواجد المياه و أراضي للصيد و الرعي، في حقيقة الأمر فإن الإنسان دوما يريد رؤية ما بعد الأفق، و الإنسان في تنقله بحثا عن الكلاً كما هو الحال في حياة البدو و الهجرة الموسمية يقوم دوما بعملية الانتقال من مكان إلى آخر و قد يكون الإنسان مجبرا في غالب الأحيان على هذا التنقل و ذلك بدافع "إعمار الأرض" هذا الدافع الذي أجبر أجدادنا الأوائل على الهجرة ، الترحال و أدى بهم إلى ترك آثار كثيرة متنوعة عبر العصور و الأزمنة. و لكن هذه المخلفات و الآثار، منها ما كان سلاحا و حضارة و منها ما كان حربا و دمارا .

إن الاكتشافات التي حدثت في أماكن عديدة من العالم و التي قام بها علماء الجغرافيا الأوائل تؤكد لنا بأن السياحة مجال متنوع، يستخدم عدة مجالات و تخصصات أخرى متعددة متنوعة ، فبالإضافة إلى تداخل السياحة مع الاقتصاد، الحياة العضوية و الطبيعية، هناك أيضا خصائص أخرى للسياحة فلسفية ، اجتماعية، سياسية و غيرها بالتالي أصبحت السياحة ضرورة ملحة .

إن ما كتبه المؤرخون عن عصور ما قبل التاريخ يكشف لنا عن تنقلات و رحلات في تلك الأزمنة ليست لها أي علاقة بالسياحة رغم أن هناك من يؤكد أن السياحة بدأت مع تاريخ وجود الإنسان على الأرض.

و التاريخ يمدنا بعدة أمثلة عن السياحة جاءت من خلال بعض التنقلات و الرحلات لأسباب لم تكن لا اقتصادية و لا حربية، نقصد هنا الرحلات الدينية أو ما يعرف برحلات الحج لمختلف الأديان، الألعاب

¹ . مروة بوسعيد وآخرون ،مرجع سابق،ص7.

الأولمبية، رحلات لأسباب صحية و ثقافية، و قد بدأ ظهور السياحة في بادئ عهدها كظاهرة فردية مقصورة على نخبة الأرستقراطيين و طبقة الأغنياء المتقنين الذين يملكون وقت فراغ .

كما ظهرت سياحة الإقامة إن صح التعبير و المرتبطة بالفصول و بالتالي ظهور السياحة الفصلية، و قد بقي الطلب على السياحة محدود و بالتالي كان العرض يتوافق مع هذا الطلب المحدود و خاصة بفئة الأغنياء فقط.

إن الثورتين الأولى و الثانية قد فتحت الباب على مصراعيه للسياحة الجماهيرية أو الشعبية في القرن 20 بعد الحرب العالمية الأولى و بالأخص أكثر بعد الحرب العالمية الثانية التي صاحبها تطور خارق للعادة في مجال الملاحة الجوية و التجارية ، أصبحت السياحة حدث جماعي و ظاهرة تشعبيه ،مطلب أساسي سواء في أوروبا أو أمريكا أو حتى في اليابان .

إن الطلب الجماعي المشترك و الكبير قابله عرض صناعي و إنتشر في كافة الأنحاء لأن السياحة الشعبية أو الجماهيرية ظاهرة منتشرة بسرعة و تمس كل أنحاء العالم لكنها محدودة في الزمان لأنها ظاهرة فصلية مرتبطة بأوقات العطل الخاصة بالعمال و الطلبة .

أن النمو الديمغرافي، إرتفاع المداخل، الحق في العطل المدفوعة الأجر و التطور الهائل لوسائل النقل كان الحجر الأساسي في النمو الهائل للظاهرة السياحية في يومنا هذا كما أن هذه العوامل ستتحكم في تطور السياحة في المستقبل¹.

الفرع الثالث: أهمية و خصائص السياحة

سنتناول في هذا الفرع أهمية و خصائص السياحة و تتمثل في ما يلي:

أولاً: أهمية السياحة

بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت السياحة من أهم الصناعات العالمية واحتل ظهورها اهتمام الخبراء والاقتصاديين، إن الدخل السياحي و إمكانية التوسع أعطيت أهمية و اعتبار كبيراً تم السعي لهذه الأهداف في اقتصاد ما بعد الحرب السريع التوسع من خلال المشاريع الفردية من ثم الحكومية وكان التأكيد على النمو و الترويج بدلاً من الإدارة و الرقابة مع إدخال السياحة الجماعية Mass Tourism ازداد الوعي للحاجة للتخطيط المركزي و الإدارة السياحية من خلال الاهتمام الاقتصادي، الاجتماعي و البيئي.

بالإضافة لكونها نشاط اقتصادي، فإن السياحة تعتبر أساساً للتبادل الثقافي و الحضاري بين الشعوب. تساهم السياحة كذلك بتشغيل الأيدي العاملة بالإضافة لذلك فإن السياحة لها مساهمة كبيرة في تحقيق السلام و التفاهم العالمي.

الأهمية الاقتصادية السياحية هي نتيجة للمصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة، التسوق، الطعام و الشراب... إلخ وكذلك ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي Multiplier Effect أو تأثير تداول النقود في عدة دورات لتوليد الدخل و المصروفات قبل تلاشي تأثيرها.²

¹ مروة بوسعيد و آخرون مرجع سابق، ص 5.

يعتبر مضمون السياحة التمتع بمغريات الطبيعة والثقافة في الأماكن المقصودة، كما أصبح للسياحة علم له كيانه ويدرس في الجامعات والمعاهد، حيث أصبح هذا العلم نظريا وعمليا معتمدا في جميع أنحاء العالم إذ انه يدرس في المشكلات و الجوانب المتصلة بالسياحة من حيث التخطيط، التنمية، البنية الإدارية والتشريعية، التسويق، الترويج و النقل السياحي...

تأخذ السياحة في جميع مدارسها في العالم أنماطا وأنواعا متعددة طبقا للدوافع، الهدف ومقومات الجذب حيث تشمل الأنواع البيئية و الطبيعية(سياحة الشواطئ، البحار، الصحاري، الجبال، العيون والحمامات الطبيعية) كذا الأنواع الثقافية، الدينية، الاقتصادية و الاجتماعية¹.

كما تكمن أهمية السياحة في حجم الحركة السياحية حيث أن إيراداتها تكتسي مدولا قويا من كمية عائدات العملات الأجنبية الصعبة، فالدول التي طورت السياحة تقوم بتعويض السلبات أي العجز في موازنتها من خلال علاقاتها التجارية الخارجية، كذلك تقوم شراء الآلات والمعدات الحديثة تساعد في تطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل: الصناعة، الزراعة، المواصلات وكذلك التنمية الاقتصادية و الاجتماعية².

ثانيا: خصائص السياحة

تكمن خصائص السياحة فيما يلي:

أ- التكامل بين شروط الضرورة والكفاية الملائمة:

تعتبر المقومات والموارد السياحية إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أية دولة أو على مستوى أية مدينة حيث يعتبر التمييز المطلق أو النسبي بين العوامل في مدى توافر هذه الموارد والمقومات شرط الضرورة أو أحد المحددات الرئيسية للطلب السياحي في كثير من الأحيان بصفة خاصة، بالنسبة لبعض أنواع السياحة كالسياحة التاريخية أو السياحة الدينية تأتي الخدمات السياحية كشرط كفاية في تحقيق الجذب السياحي المطلوب إضافة إلى أن الكثير من التغيرات البيئية الداخلية والدولية كتوافر خطوط الاتصال و المواصلات الدولية بين الدول المعنية ودول العالم الأخرى، الاستقرار السياسي أو السلام الاجتماعي للدولة وغيرها من العوامل التي قد تؤثر تأثيرا ملموسا على طلب جمهور السائحين لخدمات الدولة السياحية.

ب- السياحة صناعة:

تحدد بصفة عامة على عدد المكونات أو العناصر أهمها: المقومات، الموارد السياحية، التجهيزات و الخدمات السياحية، المواصلات، الاتصالات السلكية واللاسلكية، المحلية والدولية، الدعاية، الترويج السياحي و الطلب السياحي.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن الخدمات السياحية تشمل نوعين هما:

- الخدمات الأساسية: كالفنادق وأماكن الإقامة الأخرى مثل: بيوت الشباب.

² خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، إدارة الفنادق جامعة العلوم التطبيقية، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2003، ص 25.

¹ عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوفي، السياحة في اليمن، إصدارات وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء، اليمن، 2004، ص 19.

² القطاع السياحي في المغرب، الواقع والأفاق، دراسة تحليلية نقدية مقارنة، دار شركة البيادر أكد، الرباط، 1981، ص 11.

- الخدمات التكميلية: كخدمات المواصلات، الاتصال، وكالات السياحة و السفر.

ج- السياحة نشاط اقتصادي:

تشمل السياحة مجموعة من الخصائص الإقتصادية منها:

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي و ارتباطها بالكثير من الأنشطة الإقتصادية الأخرى سواء كانت صناعية أو خدماتية.
- إن مدى ملاءمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل يعد من العوامل المؤثرة على طلب المنتج السياحي محليا ودوليا.
- إن الطلب السياحي لا يتوقف فقط على العرض السياحي وغيرها من العوامل الأخرى كأسعار الخدمات السياحية الأساسية و التكميلية.
- تأثير الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الإقتصادية في الدولة و الدول الأخرى، التقدم التكنولوجي و التقلبات الإقتصادية بالإضافة إلى عوامل ثقافية، سياسية يصعب على الدولة التأثير عليها والتحكم فيها.
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين أي أن اتصاف الطلب غالبا بالمرونة.
- إن الطلب السياحي لا يتصف عادة بالتكرار أي أن تحقق درجة عالية من الاشباع والرضا لدى السائح لا يعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيارة للبلد نفسه.
- ارتباط صناعة السياحة كنشاط إنتاجي.
- يقدم خدمات ذات طبيعة بقضايا التنمية الإقتصادية، الاجتماعية والسياسية في الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.¹

المطلب الثاني: أبعاد السياحة و دوافعها

سندرس في هذا المطلب أبعاد السياحة و دوافعها و تتمثل فيما يلي:

الفرع الأول: أبعاد السياحة

هناك أربعة أبعاد للسياحة: مناطق الجذب السياحي Attraction، التسهيلات والخدمات Facilitiez، النقل Transportation، الضيافة Hospitality .

أولا: مناطق الجذب السياحي Attraction

عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني Disney world أو أن تكون منطقة مقصودة ثانوية ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام في الطريق لمنطقة الجذب الأساسي وتسمى هذه المناطق بمناطق التوقف Touring destinations أو Stop-over .

مناطق الجذب السياحي يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعية، حضارية، عرقية أو مناطق تسلية وترفيه.

أ- المصادر الطبيعية:

¹. حمزة سلاحي وآخرون، دور التسويق في القطاع السياحي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس جامعة سطيف ، 2003/2004 ص 25 .

لكل منطقة يوجد مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية، الجمال الطبيعي، المناخ، التضاريس، الماء والشمس من أهم عناصر الجذب الطبيعي سهولة الوصول لمثل هذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة.

ب- العناصر الحضارية:

الحضارة أو طريقة، نمط الحياة و التراث الخارجي للمنطقة يشمل و ينعكس على مناطقها التاريخية، الدينية، نمط الحياة life Style، الثقافة والعادات التقليدية.

ج-العناصر العرقية:

الرغبة في الرجوع للوطن الأم هي ظاهرة متأصلة بين الشعوب، هناك أنماط ترحال متميزة مثل رحلات سكان Tronto إلى اسكتلندا.

د- التسلية والترفيه:

من الممكن كذلك جلب السياح بواسطة بعض وسائل التسلية و الترفيه المتوفرة في المنطقة مثل المتنزهات وحدائق الحيوان، كذلك من الممكن أن تكون لفترة زمنية كل سنة مثل الاحتفالات الثقافية و المهرجانات.

ثانيا: التسهيلات Facilities

بينما تقوم عناصر الجذب بجلب الناس للمنطقة فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم و رغباتهم و تجعلهم يشعرون أن المنطقة هي بمثابة بلدهم الثاني Ahome away from home ، التسهيلات السياحية عادة تدعم و تساند زيادة النمو الشامل في المنطقة.

من التسهيلات المهمة في السياحة ما يلي:

أ- الإقامة:

وسائل الراحة التي تناسب أذواق و حاجات السوق تعتبر ضرورة لجذب السياح، إشباع رغباتهم و زيادة نسبة السياحة المتكررة، في العادة ينفق السائح ما يقارب 25% من ميزانيته على وسائل الراحة و التي تكون بشكل فندق، نزل بنسيون أو غيرها...

ب- الأطفعة والمشروبات:

حوالي 35% من ميزانية السائح تصرف على الطعام و الشراب، بينما يجذب الكثير من السياح تناول الأطفعة المألوفة لهم، لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام و شراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح، و لزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي.

ت-الخدمات والتسهيلات المساندة:

تتضمن مثل هذه الخدمات و التسهيلات محلات النحت الشرقية، المحلات المعفاة من الجمارك، محلات الغسيل والكي، المرشدين السياحيين و التسهيلات الترفيهية، تكون هذه المنشآت في غالب الأحيان صغيرة الحجم يعوزها رأس المال و الخبرة الإدارية لكنها تؤدي فائدة كبيرة بتوزيع المصروفات السياحية على عدد كبير من الأشخاص و بالتالي تعزز الهدف الأساسي بالنمو المتوازن في المنطقة السياحية، في الأساس يجب

أن تكون مثل هذه المنشآت سهلة الوصول و تقدم قيمة كافية لما يدفعه السائح على المتوسط ينفق السائح 25% من الميزانية السياحية على التسوق.

ث- البنية التحتية الأساسية:

تتكون البنية التحتية لمنطقة ما من شبكة المياه، شبكة المواصلات، الخدمات الصحية، الاتصالات، مصادر الطاقة، الطرق ، الأمن، والحماية وغيرها.

ثالثا: النقل Transportation

تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة، من المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للمسافر زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصول المسافر على أكبر من الراحة والسرور والبعد عن كل المتاعب والأخطار.

رابعا: الضيافة Hospitalité

الضيافة هو الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية، كذلك فهي مجموعة الذكريات لمن قابل خلال زيارته بالإضافة لذلك فهي تشمل على التفاعل و التعامل مع السياح الآخرين وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم، الفنادق و محلات التحف الشرقية... يحتاج هذا برامج ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية من كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مفاهيم وإدراك قاطني المنطقة السياحية و توعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة، كذلك دور السياحة الإيجابي و أهميتها الوطنية بجلب السياح و تزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية.¹

الفرع الثاني: تصنيف السياحة

تتكون السياحة من عدة أنواع، كما أنه تم تصنيف أنواعها حسب عدة معايير و هي: معيار الهدف، معيار الروابط، معيار الاتجاهات، معيار الطبقة الاجتماعية.

أولا: تصنيف السياحة حسب الأهداف

حسب هذا المعيار هناك ست (06) أنواع للسياحة:

- أ- السياحة الاجتماعية الترفيهية .
- ب- سياحة الأعمال .
- ت- سياحة الأجناس و السلالات .
- ث- سياحة المؤتمرات و الملتقيات .
- ج- السياحة الثقافية .
- ح- سياحة الرحلات المنظمة .

¹ . خالد مقابلة ، مرجع سابق ، ص ص 26-28 .

ثانيا: تصنيف السياحة حسب معيار الروابط

بالنسبة لهذا المعيار هناك خمسة (05) أنواع من السياحة:

- أ- السياحة الشاطئية .
- ب- السياحة الفندقية .
- ت- السياحة الصحراوية .
- ث- السياحة المناخية أو الطبيعية .
- ج- السياحة الحموية .

ثالثا: تصنيف السياحة حسب معيار الاتجاهات

هناك نوعين (02) من السياحة :

- أ- السياحة المحلية أو الداخلية .
- ب- السياحة الخارجية أو الدولية .

رابعا: تصنيف السياحة حسب معيار الطبقة الاجتماعية

من وجهة نظر الطبقات الاجتماعية يمكننا ملاحظة خمسة (05) أنواع من السياحة :

- أ- سياحة النخبة .
 - ب- السياحة الشعبية أو الجماهيرية .
 - ت- السياحة الاجتماعية .
 - ث- سياحة الشباب .
 - ج- سياحة الامتياز "tourism de luxe"¹.
- كما توجد تصنيفات أخرى للسياحة نذكر منها :

1- تصنيف السياحة وفقا للغرض :

- سياحة قضاء الإجازات و الترفيه .
- سياحة لغرض العمل المؤقت .
- سياحة الصحة و العلاج .
- سياحة التعليم و التدريب .
- السياحة الرياضية .
- سياحة زيارة الآثار و الأماكن التاريخية .
- سياحة الهوايات .
- السياحة الاجتماعية .
- سياحة المؤتمرات و الاجتماعات .

¹ مرورة بوسعيد و آخرون ، مرجع سابق ، ص 7،6.

- سياحة المشتريات .
 - السياحة الدينية .
 - السياحة الثقافية .
 - أغراض أخرى .
- 2- تصنيف السياحة وفقا للعدد :
- سياحة فردية
 - سياحة جماعية (منظمة) .
- 3- تصنيف السياحة وفقا للعمر :
- سياحة الطلائع .
 - سياحة الشباب .
 - سياحة الناضجين .
 - سياحة المتقاعدين .
- 4- تصنيف السياحة وفقا لمدّة الإقامة :
- سياحة أسام .
 - سياحة موسمية .
 - سياحة عابرة .
- 5- تصنيف السياحة وفقا للنطاق الجغرافي :
- سياحة داخلية .
 - سياحة خارجية .
- 6- تصنيف السياحة وفقا للجنسية :
- سياحة الأجانب (السياحة العالمية) .
 - سياحة المقيمين خارج البلد (المغتربين) .
 - سياحة مواطني الدولة (السياحة الداخلية)¹.
- كل تقسيم من هذه التقسيمات له خصائص و مميزات مختلفة عن البقية، و لكل نوع من أنواع السياحة له خدمات مختلفة و طريقة تعامل مختلفة و رغبات مختلفة.
- و التصنيف الذي سوف نخصه بالدراسة هو التصنيف وفقا للغرض.
- إذ تتأثر حركة السياحة بالغرض و الهدف الذي يحمله السائح، فالرغبة لدى السائح تتولد لهدف ما و دائما يسعى السائح إلى تحقيق هذه الرغبة أو الهدف و يبحث دائما عن برنامج سياحي معين أو سفرة سياحية تحقق له هذه الرغبة و تنقسم السياحة هنا إلى :

¹. زيد منير عبودي، إدارة الفنادق و النشاط السياحي، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، 2007، الأردن، ص 177، 178.

أ- سياحة قضاء الإجازات و الترفيه :

هذا النوع من السياحة يعتبر من أهم و أكثر أنواع السياحة شيوعا في كافة الدول، يمتاز بأن له طابع جماهيري و كثير من المواطنين في أكثر دول العالم يمارسون هذا النوع من السياحة، مرتبط بأوقات الإجازات و الإجازات المدفوعة المرتب مثل إجازة نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو إجازة الأعياد الدينية أو المناسبات الوطنية أو الإجازات التي يحصل عليها الموظف سنويا ضمن قانون العمل و دائما أوقات الإجازات التي يحصل عليها الموظف سنويا تدخل ضمن قانون العمل و مدتها تتحكم فيها المرونة من حيث اختيار الوقت و المدة.

مدى نجاح هذا النوع من السياحة يعتمد على الأسعار، نوعية الخدمة، المكان المناسب أو المكان المرغوب به من قبل السواح.

ب- سياحة لغرض العمل المؤقت :

ينتشر هذا النوع من السياحة في ظروف الركود و الكساد الذي يصيب بعض الدول و ازدهار بعض الأعمال في دول أخرى أو في مناسبات دينية أو وطنية أخرى.

و معنى هذا النوع من السياحة أن ينتقل السائح إلى مكان آخر أو دولة أخرى لغرض العمل المؤقت و لفترة زمنية محددة و يكون الغرض من السفر الاستجمام و العمل في نفس الوقت، هذا النوع من السياحة منتشر في الدول الأوروبية و أمريكا، حيث ينتقل السواح خاصة الشباب طلبة الجامعات إلى مكان آخر خلال فترة العطل و الإجازات لغرض التمتع، التعليم، الثقافة، العمل المحدود، يكون هذا العمل في الغالب عمل بسيط لا يحتاج إلى مهارة أو كفاءة عملية مثل: العمل في مطاعم الخدمات السريعة، العمل في بعض الأماكن السياحية أو العمل على الشواطئ... الخ.

ت- سياحة الصحة و العلاج :

تعد السياحة العلاجية من أنواع السياحة المهمة و التي تدر دخلا محترما لأن فترة بقاء السائح لغرض العلاج تكون متوسطة و تكون مصاريفه كبيرة خاصة إذا توفرت بالدولة المعنية مقومات السياحة العلاجية. تساعد السياحة العلاجية على خلق انطباع إيجابي للسائح خاصة بالنسبة للمرضى الذين تم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم عند قدومهم للعلاج، هذا بدوره يشجع على نجاح المنطقة و جعلها من مناطق الجذب السياحي المهمة محليا و عالميا.

ث- سياحة التعليم و التدريب :

يعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع المهمة القديمة للسياحة لغرض الدراسة و التعليم، هو غرض قديم كان يمارس منذ زمن بعيد "أطلب العلم و لو كان في الصين".

تكون فترة إقامة السائح لهذا الغرض طويلة و تتراوح من أسبوع إلى أشهر معدودة لهذا فإن مصاريف السائح سوف تكون كبيرة، إذ توجد شركات و منظمات خاصة بتنظيم مثل هذه الدورات التعليمية كذلك النقابات المهنية تسعى دائما إلى تنظيم مثل هذه الدورات و الدراسات.

ج- السياحة الرياضية :

يعتبر هذا النوع من أنواع السياحة القديمة التي كانت تشمل رحلات الصيد و في الوقت الحاضر يمثل هذا النوع من السياحة صيد الأسماك، اليخوت، التجذيف، ركوب الخيل وكذا التزلج على الجليد...إلخ. كما أن هذا النوع من السياحة يحتاج إلى إستثمار أموال كبيرة و خدمات سياحية ضخمة حيث يعتبر هذا النوع من السياحة من أفضل وسائل الدعاية و الإعلان للدول المضيفة لهذه المباريات.

ح- سياحة زيارة الآثار و الأماكن التاريخية:

يعتبر هذا النوع من السياحة من أهم أغراض السياحة و من السياحة التقليدية تتميز به دول معينة في العالم يخضع هذا النوع من السياحة إلى المنافسة الغير شريفة، أيضا لا يمكن المنافسة لهذا النوع من السياحة. يتمثل هذا النوع من السياحة في زيارة الآثار و الأماكن الأثرية التاريخية، الدولة التي لا تمتلك آثار و لم تسكنها حضارات قديمة لا يمكن أن تتنافس في مثل هذا النوع من السياحة. كما يعتبر هذا النوع من السياحة من أرقى أنواع السياحة و يستقطب أعداد ضخمة من السواح، تستطيع الدول المضيفة أن تحدد نوعية السواح و مستواهم، دائما يستقطب هذا النوع من السياحة كبار السن، المثقفين و العلماء.

يجب على الدولة التي ترعى مثل هذا النوع من السياحة التركيز على الآثار، الأماكن التاريخية و تطويرها و تقديم الخدمات المتكاملة فيها، توفير كافة منشآت الإقامة، الخدمات، الاتصالات، البنية التحتية و الفوقية فيها لأغراض استقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.

خ- سياحة الهوايات :

هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة بالسياحة في الوقت الحاضر التي أخذت تستقطب أعدادا كبيرة من السواح خاصة في الدول المتقدمة، يتم تنظيم سفرات سياحية لنوع معين ومحدد من السياحة مثل: زيارة المعارض الفنية، حضور المزادات الدولية للتحف و الأشياء النفيسة، هواية تسلق الجبال... المشاركين في هذا النوع من السياحة يجب أن تتوفر فيهم الثقافة العالية و الامكانيات المادية المرتفعة.

د- السياحة الاجتماعية :

يطلق على السياحة الاجتماعية عدة أسماء مثل سياحة الإنتماء الى الوطن أو السياحة العرفية...و تكون عبارة عن سياحة العوائل، أي وصول السائح بلده الأم مع عائلته و هذا النوع من السياحة يتطلب خدمات متعددة و متنوعة مثل وسائل ترفيه للأطفال، ملاعب و مسابح للأطفال، أيضا الإقامة يجب أن تكون مستعدة لقبول الأطفال و توفير الخدمات لهم. و دائما يفضل السياح في هذا النوع من السياحة الإقامة في الشقق المستقلة أو الشقق الفندقية، تتراوح فترة إقامتهم من أسبوع إلى موسم كامل.

يقوم هذا النوع من السياحة على تشجيع المواطنين المغتربين لزيارة أهلهم و أقاربهم و أصدقائهم، يعتبر هذا النوع من السياحة من أسهل الأنواع في الجذب و الترويج السياحي، هذا النوع من السياحة ممكن استثماره داخليا في تطوير السياحة الداخلية أي تشجيع العوائل على السفر داخل البلد نفسه في حالة تقديم خدمات سياحية معقولة و بأسعار متوسطة.

ذ- سياحة المؤتمرات و الاجتماعات :

إزداد التركيز على هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الثانية و استقرار الامن و انتشار السلام في العالم، يتطلب هذا النوع خدمات فندقية راقية جدا و بدرجات متميزة و يتطلب أيضا وسائل اتصال حديثة جدا و وسائل نقل متطورة و خدمات سياحية مساعدة بمستوى عالي من الجودة و التنوع. يعتمد هذا النوع من السياحة على إقامة الندوات و الدورات الثقافية، المعارض الخاصة، المسابقات الثقافية مثل مسابقات الشع، المسرح، المقالة، الموسيقى وكذلك مسابقات عروض الأزياء...

أ- أغراض أخرى :

- سياحة الكرنفالات.
 - سياحة الأعياد القومية.
 - سياحة الحفلات الموسيقية.
- أو أي غرض معين حتى ولو كان محدود لزيارة مكان ما أو بلد ما.¹

الفرع الثالث: الدوافع السياحية

يمكننا أن نجد أكثر من عشرين دافع رئيسي للسفر وبالطبع ليست جميعا على مستوى واحد من الأهمية، ومن أهم هذه الدوافع:

أولاً: دوافع ثقافية، تاريخية، تعليمية

- مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع.
 - مشاهدة بعض الأحداث المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض.
 - الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على أعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الإجتماعية، الحضارية، الثقافية وإكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة.
 - مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم.
- معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور في أخبار و حوادث مثل مشاهدة إنطلاق المركبات الفضائية.

ثانياً : دوافع دينية:

- السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة، وكذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة.
- رحلات العمرة وخاصة في رمضان.

ثالثاً: دوافع الراحة والاستجمام والترفيه

- الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن صخب المدينة.
- حب الإستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة، أو على سواحل الشواطئ، أو في مناطق جبلية.
- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.

رابعاً: دوافع عرقية

¹. زيد منير عبودي، مرجع سابق، ص ص 177- 190.

- زيارة البلد بتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأقرباء، الأصدقاء....

- الرغبة في زيارة أماكن سبق و أن زارها الأصدقاء في البلد الأم وترك انطبعا معين لديهم.

خامسا: دوافع رياضية

- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين.

- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب.

سادسا: دوافع صحية

- الإبتعاد عن الجو البارد والتلوج، والتوجه إلى أماكن دافئة أو الإبتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة، وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.

- السفر لأغراض العلاج والمداواة.

- السفر لغرض النقاهة والإسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي .

سابعا: دوافع اقتصادية

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح لتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل.

- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأقل سعر.

- السفر لغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.

ثامنا: دوافع أخرى

- المخاطرة أو المغامرة سياحة الشباب ممكن أن تدخل من ضمنها السياحة الصحراوية.

- التفاخر والمباهاة وخاصة لبعض المناطق في العالم.

- التذوق: تذوق الطعام.

- علمية: مثلا دراسة نوعية معينة من الصخور أو دراسة نوعية معينة من التربة.¹

المطلب الثالث: الخدمات السياحية

تسعى جميع الخدمات السياحية إلى توفير خدمات سياحية تكون حسب متطلبات السياح من حيث الكم والنوع، كما أنها تلعب دورا هاما في رفع المستوى السياحي.

¹. زيد منير عبودي ، مرجع سابق ، ص ص 173 - 175.

تتضمن خدمات السياح، الزوار جميع الخدمات الاعتيادية مثل خدمات الأمن، الدفاع المدني، الخدمات الصحية والتسهيلات العامة بالإضافة إلى مجموعة من الخدمات الأخرى وعلى رأسها الخدمات التجارية، مثل هذه الخدمات و التسهيلات تجعل من المجتمع مكانا يسعد الزائر بمشاهدته وتزكيته لزملائه وأقربائه.

كما أن زيادة السياح وإقامتهم تعني ظهور سلسلة على طلب من الخدمات بالنسبة لأجزاء هذه الرحلة المرتحلة والثابتة، فكل منها يمكن أن يخلق طلبا لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة في أثناء هذه الزيارة أو الرحلة والخدمات الرئيسية التي تسند عليها مثلا عناصر الرحلة المتحركة مثل وسائل النقل في بداية وفي أثناء الرحلة ونهايتها وفي جهة أو البلد المزور، فالإيواء والتجهيز السياحي والإطعام والتسليية والترفيه والبرنامج وتشكل الخدمات الرئيسية، ومن جهة تسويقية يخلق السياح الطلب والخدمات السياحية التي تتمثل بالعرض في السوق بمعنى (الصناعة السياحية) إذ تضم ذلك الجزء من الإقتصاد الذي يوفر حاجات السائح².

الفرع الأول: تعريف الخدمة السياحية، خصائصها و عوامل نجاحها

ندرس في هذا الفرع عن الخدمة السياحية ، خصائصها و عوامل نجاحها .

أولا:تعريف الخدمة السياحية

يمكن تعريف الخدمة السياحية على أنها " أي أداء أو فعل يقدمه أحد الأطراف إلى الطرف الآخر وتكون غير ملموسة ولا ينجم عن هذا الفعل تلك شيء ما".

كما يمكن تعريف الخدمة السياحية على أنها: "نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع رغبات المستهلك مقابل ثمن ويجب أن لا تقترن ببيع منتجات أخرى".

كما عرفت كذلك على أنها " منتج غير ملموس تقدم فوائد لمستهلك هذه الخدمة ، تتم تقديم الخدمة نتيجة بشرية أو آلة وتتميز هذه الخدمة باستهلاكها ماديا وعدم صيانتها"

ثانيا: خصائص الخدمة السياحية

أ- المعنوية (غير ملموسة) : أي أن الخدمات غير ملموسة وغير مادية يكون من المستحيل تذوقها أو تحسسها أو رؤيتها قبل شرائها هذه الخاصية تضع بعض القيود أمام عملية التسويق.

ب- التلازم (عدم إمكانية الفصل): أي لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنه يكون هناك ارتباط وثيق بين مقدم الخدمة بحيث يؤدي ماليا نتائج إيجابية أو سلبية من خلال عملية تقديم الخدمة.

ت- التغاير (غير التشابه) : أي يكون من المستحيل وضع نمط معين للخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها في كل مرة، فشركة النقل الجوي لا تقدم نوعية الخدمة نفسها في كل رحلة وبالتالي لا يمكن الحكم على الخدمة قبل شرائها، وبذلك يصعب الحكم على الخدمة من التجربة أو الإستخدام الأول، وأيضا لطبيعة الأشخاص المقدمين لتلك الخدمات لأنها تتكامل بالأساس مع العناصر البشرية الذين تختلف خدمتهم

² - سراب إلياس وآخرون مرجع سابق ص 26 .

من وقت لآخر، وأيضاً حسب النفسية والمزاجية عكس المنتجات المادية التي يمكن فحص رؤيتها قبل شرائها .

ث- **قابلية الفناء والطلب المتذبذب** : أي أن الخدمات لا يمكن تخزينها مثل المنتجات المادية الأخرى وعلى سبيل المثال لا يمكن تخزين المقاعد الفارغة في رحلة جوية بحيث تعتبر هذه المقاعد الفارغة طاقة مهدورة وفرص استثمار ضائعة لأنه لا يمكن إلغاء رحلة ما بسبب عدم إكمال المقاعد كما أن الطلب على الخدمات السياحية يكون متذبذباً ومتقلباً حسب المواسم السياحية.¹

ثالثاً: عوامل نجاح الخدمة السياحية

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتميزها على توفر بعض العوامل منها :

أ- **مدى تميز الخدمة** : يقصد بتميز الخدمة السياحية في أي دولة ما تتصف به هذه الخدمات من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة بمعنى أن يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا تتوفر في الخدمات المناظرة للدول المنافسة، لذلك فإن تميز الخدمة يعتبر عامل من عوامل الجذب السياحي التي تعتمد عليها بعض الدول السياحية.

ب- **طبيعة الخدمة السياحية**: كلما إتصفت الخدمة السياحية بالسهولة واليسر في تقديمها بعيداً عن التعقيد والصعوبة كانت أكثر فائدة وجذباً للسائحين، لأن السائح يبحث دائماً على الراحة والهدوء والإستقرار وهذا لا يتحقق في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات التي نراها ونسمع عنها كثيراً في مختلف مراحل العمل السياحي مثل الإجراءات الطويلة التي اتبعتها بعض الشركات في إجراء التعاقدات على برامج سياحية هذا بالإضافة إلى صعوبة الحصول على خدمات الإستعلام السياحي وخدمة التنقلات الداخلية بين المناطق السياحية المختلفة.

ت- **أسلوب تقديم الخدمة السياحية** : يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به تقديم الخدمات السياحية لهم إلى جانب إهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم من مزايا ومنافع تحقق لهم إشباع حاجاتهم المختلفة في الخدمة السياحية سواء كانت في مجال الإتصالات أو النقل أو الإقامة...إلى غير ذلك. يجب أن تقدم للسائح صورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته.

ث- **وضوح الخدمة السياحية**: تعتبر وضوح الخدمة من العوامل المهمة المؤثرة في نجاح الخدمة السياحية، لذلك فإن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن وجودها وأنواعها وأسعارها وما إلى ذلك من بيانات مهمة تهم السائحين، كذلك باقي الخدمات السياحية الأخرى فكلما زادت معلومات السائحين عن الخدمات المقدمة لهم معرفتهم بمزاياها وأسعارها وشروط الاستفادة منها زاد تقلبهم لها وإقبالهم عليها.

¹ عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 17.

ج- إرتفاع مستوى الخدمة: يرتبط الطلب السياحي دائما بمستوى الخدمات السياحية التي تقدمها الدول المختلفة للسائحين القادمين إليها، بحيث يمكن الاعتماد على هذه أما إذا كانت هذه الخدمات ليست على المستوى المطلوب لشرائح السائحين أثر ذلك على حجم الطلب السياحي المستهدف من الأسواق الأخرى.

ح- مناسبة أسعار الخدمة : تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب جوهر العمل السياحي الناجح لأن السائح دائما يعيد النظر وذو حساسية شديدة للخدمات السياحية التي تتصف بالرقى والتطور مع التسعير المناسب لها تلعب دورا مهما لزيادة الحركة السياحية، فتسعير الخدمات عمل له طبيعته الخاصة التي تحتاج إلى خبرات سياحية عالية وفهم جيد لشرائح السوق السياحي في خارج و دراية كبيرة بالعوامل المؤثرة في الطلب السياحي.¹

الفرع الثاني: أنواع الخدمات السياحية

هناك عدة أنواع للخدمات السياحية و المتمثلة في: خدمات النقل، خدمات الإيواء، خدمات الطعام والشراب، خدمة السياحة والسفر، خدمة المعلومات السياحية، خدمة التسويق السياحي، خدمة الإتصالات، خدمة الترفيه السياحي و في ما يلي شرح لهذه الأنواع:

أولاً: خدمات النقل : تشمل جميع خدمات النقل و وسائله التي تسهم في نقل السائح إلى وجهته المرغوبة منها إلى بلاده، كذلك تلك الخدمات و الوسائل في داخل المنطقة السياحية كالطرق، السكك الحديدية و الطرق المائية، بما في ذلك جميع وسائل النقل العامة والتجهيزات التي تتبع لها سلفاً.

ثانياً: خدمات الإيواء: الفنادق، الشاليهات، الأكواخ المؤقتة، قاطرات النوم وحتى الشقق المؤجرة للسياح، أي أنها تقدم جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة.

ثالثاً: خدمات الطعام والشراب: التي تقوم بخدمة السياح في طريقهم إلى المنطقة السياحية وفي المنتجات السياحية. تشمل هذه الخدمة على الأغذية والمشروبات المختلفة، أما الخدمات التكميلية و الترفيهية:

- خدمات الرياضة و الترفيه.

- مؤسسات التجارة القطاعي (المفرق).

- الخدمات الثقافية.

- الخدمات الخاصة للسياح (محلات تصفيف الشعر، المصانع، البنوك، مكاتب تبادلات العملة...)

- خدمات الإستقبال والتنظيم، تشمل مكاتب السفر، دوائر أو مراكز الإستعلامات.

- الخدمات الخاصة مثل الجمارك ومشابهاها.

- الخدمات العامة الإجتماعية.

ومن بين العوامل التي تؤثر على حجم أو هيكل الخدمات السياحية:

- الطلب السياحي.

1. صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية مكتبة حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 138، 139.

- التقدم في الخدمات السياحية مثل التطور في مجال النقل.
- الشروط الجغرافية التي تحدد نوع المنطقة.¹

رابعاً: خدمة السياحة والسفر: تقوم شركات السياحة ووكالات السفر بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثل حجز الفنادق ووسائل الانتقال الداخلية، الحجز على الرحلات الجوية، البرية، الدولية والمحلية إلى غير ذلك من الخدمات التي تقدمها هذه الشركات.

خامساً: خدمة المعلومات السياحية: تقدم هذه الخدمات معظم الفنادق وكتاب الإستعلامات السياحية الرسمية والخاصة مثل المكاتب التابعة للهيئة العامة لتنشيط السياح و وزارة السياحة.

سادساً: خدمة التسويق السياحي: تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تباع مثل هذه السلع السياحية بالإضافة إلى المنشآت الفندقية المختلفة التي توجد بها مثل هذه المحلات.

سابعاً: خدمة الإتصالات: تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدولة، بالإضافة إلى المكاتب الخاصة بالفنادق.

ثامناً: خدمة الترفيه السياحي: تقدمها المحلات العامة للسياحة مثل مختلف وسائل الترفيه السياحي.¹

الفرع الثالث: إدارة الخدمات السياحية

تتضمن إدارة الخدمات السياحية عملية التخطيط، التنسيق، التدريب، و تقسيم الخدمات.

أولاً: توقع و تخطيط للخدمات الضرورية

لكل بلد ميزاته الخاصة التي تستقطب السياح، سواء كانوا من الذين يقصدون البلد بهدف الترفيه، قضاء الإجازات، زيارة الأماكن التاريخية الدينية... الخ، وكذلك هناك مجموعة من الخدمات التي يجب تقديمها حسب طبيعة البلد المقصود وحاجات و نفقات السياح ، وتتضمن مثل هذه الخدمات ما يلي:

I)- Public and private support services.

A- Business:

1- Food / lodging / entertainment.

2-Recreation /auto/ amusement concessionaires.

B-Information:

1-Visitor information centers/ local and state organizations and associations.

II)-Severity:

A-police and fire protection.

¹ . سراب إلياس وآخرون، مرجع سابق ، ص ص 26-30 .

¹ . صبري عبد السمیع ، مرجع سابق، ص 35.

B-lifeguards.

D-Good control.

E-traffic control and accident prevention.

III) Health and sanitation.

A-First and Stations.

B-Emergency and rescues.

C-Hospital and clinic.

E- Personal facilities.

IV)- public utilities qnd facilities.

A-water/Electricity/ Telephone.

B-camp and recreation areas.

قبل الشروع بتنظيم الخدمات و تقديمها فأن ذلك يحتاج إلى تقييم لمستوى الخدمات المتوفرة، وعملية التقييم هذه تتضمن الإجابة على الأسئلة التالية:

- هل يتوفر مراكز خدمات زوار في المنطقة، ما مدى توفرها توزيعها؟
- هل يتوفر وعلاء للسباحة، نوادي سيارات، ومركز أخرى تقدم خدمات للزوار و ماذا تشمل؟
- هل يتوفر مؤسسات إيواء(خنادق، موتيلات....)كافية؟
- كيف تقوم مناطق الجذب السياحي بتقديم الخدمات اللازمة مثل مكاتب.
- الذاكرة مؤسسات و مركز ثقافية، مواقع تاريخية، و تسهيلات ترفيهية؟
- هل مؤسسات تقديم الأغذية و المشروبات تقوم بتلبية طلبات الزوار كما يجب؟
- هل تتوفر خدمات الأمن، الدفاع المدني، البريد، شكل مناسب؟
- ما طبيعة الخدمات المقدمة من قبل الأفراد و المؤسسات الأخرى التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشر: السياح، مثل محطات الوقود، المكتبات و المحلات التجارية؟

ثانيا: تنسيق خدمات الزوار

إن تنسيق خدمات الزوار لا يتطلب فقط معرفة واسعة بكيفية تقديم الخدمات ومن سيقوم بذلك في كل منطقة، لكن هذا يحتاج أيضا لفهم دقيق لطبيعة مشاكل المؤسسات و الأفراد الذين يقدمون مثل تلك الخدمات. التنسيق هي وظيفة الرقابة التي تبين القنوات مابين وكالات الخدمات الأخرى المختلفة، المؤسسات السياحية، مناطق الجذب السياحي... الخ ، لكي يتم التنسيق بشكل أفضل تحتاج كل مؤسسة لفهم واضح لحاجات الزوار و العلاقات مابين المؤسسات، الوكالات، الهيئات السياحية المختلفة ليتسنى لها عملية الاستجابة بشكل مناسب لمثل هذه الحاجات و التوقعات، إن جهود التعاون و التنسيق هذه تحتاج لمن لديه تفاصيل وافية و نظرة مستقبلية واضحة و قدرة على الرقابة على خدمات الزوار، يقوم بالتحليل و التعرف على حاجات الزوار

حيث يقوم بتقييمها بشكل دوري مستمر، كذلك يجب أن يكون لديه القدرة على إدماج المجتمع في نشاطات الزوار بالإضافة إلى مهارته في العملية الإدارية التي تشمل التخطيط، والتنظيم، التوجيه و الرقابة.

ثالثاً: التدريب لتقديم خدمات الزوار

برامج تدريب الكوادر البشرية في مجال خدمات الزوار يجب أن تشمل جميع الوظائف و المستويات من أدناه مثل: busboy, ticket taker, bell boy إلى أعلى المستويات مثل منظمو الرحلات. tour operators. أفراد المجتمع كذلك يعتبرون جزءاً من برامج التدريب من خلال البرامج طويلة الأمد لتوعيتهم و تثقيفهم في هذا المجال، مثل هذه البرامج يجب أن تكون شاملة مستمرة و نقطة الجوهر أو الأساس في هذه البرامج هي الضيافة، أي كيف يصبح الفرد مضيفاً من خلال الابتسام، المجاملة، الود...الخ.

تشمل برامج التدريب أولئك الذين يقدمون خدمات شخصية أو لهم علاقة و صلة مباشرة مع السائق مثل أولئك الذين يقدمون معلومات للسياح، أولئك الذين يجب أن يقدموا خدمات متخصصة للسائح و المواطن معاً مثل رجال الأمن العام، الدفاع المدني، موظفي الصحة، المؤسسات المالية و أصحاب المحلات التجارية. كذلك تشمل المجتمع بكامل أفرادهم لتنمية روح الصداقة و المحبة للسياح، تشمل أيضاً الأفراد في مراكز خدمات الزوار نظراً للعلاقة الشخصية ما بينهم و بين الزوار مثل هذه البرامج التدريبية تشمل:

- تأثير السياحة على وظائفهم و مجتمعاتهم، كلما شعروا بأهمية السياحة كلما زادت أهمية تقديم الخدمات للسائح.

- تدريب في مجال الضيافة من حيث احترام الزوار و التفاعل بأدب معهم، مجاملة و صداقة الغرباء...الخ.

- تنمية الشخصية لبيان الجانب الايجابي من الشخصية علماً بأن السائح يتكون لديه انطباع سيئ حول البلد و المجتمع، إذا تم تجاهله من قبل العاملين في المراكز.

- تنمية اتجاهات الاحتراف من خلال تعليمهم أداء الوظيفة بشكل فعال.

- معلومات حول المجتمع و البيئة المحيطة.

- الاهتمام بالمظهر العام من خلال النظافة و اللباس المناسب و أسلوب الكلام.

- القيام برحلات تعريف المناطق السياحية و الهامة من وجهة نظر السائح أو الزائر.

- تعلم ما يجب القيام به في حالات الطوارئ مثل النار، السرقة، الإغماء....الخ.

من الذي سيقوم بالتدريب؟:

التدريب يجب أن يتم من خلال خبراء في السياحة و التدريب السياحي، من خلال موظفي النشاطات السياحية أو من خلال أصحاب و مدراء المؤسسات السياحية.

بعد تحديد الأهداف التدريبية، يجب تحديد الحاجات التدريبية لتحقيق تلك الأهداف، العديد من البلدان السياحية تقوم بتدريس معلومات سياحية عامة في الصفوف الإعدادية أو الثانوية، مثل هذه البرامج تسمى برامج توعية الجمهور.

أ- برامج توعية الجمهور:

عندما نجد برامج الترويج السياحي تتم استقطاب الزوار من خارج البلد، لكن هنالك برامج ترويج داخلية ذات أهمية خاصة لتوعية المواطنين بأهمية البلد فالسياحة ذات أولوية و أهمية أكثر مما هو في حال الترويج الخارجي كون المواطنين جزءا من سلعة الخدمة السياحية التي عادة تتطلب تنمية و تطوير قبل الشروع ببرامج التسويق، إن إيجاد التقبل و التنمية لدى المواطن المحلي يساهم في الاحترام و الاهتمام بالسائح من قبل المواطنين ينعكس هذا على الاتجاهات الايجابية لدى السياح ما يحدد طبيعة و ماهية هذه الحملات هو توفير الوقت، الموارد المالية، قدرة المجتمع على امتصاص و تقبل مثل هذه النشاطات، هذا يحتاج لمعرفة المنافع التي يجنيها كل طرف للهيئات و الأفراد في المجتمع ليتم تطوير البرامج بشكل يتناسب مع مختلف الحاجات و المنافع المتوقعة، هذا بالطبع يحتاج لفهم كل ما يتعلق بالسائح.

ب- إدراك السائح و حاجاته:

بالإضافة إلى إيجاد التقبل لدى السائح، فإن برامج النوعية الجماهيرية يجب أن تساعد المجتمع على فهم السائح، من هو السائح، مشاكله، دوافع الزيارة ، العوامل الديموغرافية الاقتصادية و الاصول الجغرافية، هذا يساعد في إيجاد عوامل تقارب ما بين السائح و المواطن مما يسهل عملية التقبل و التفاعل من حيث تأثير مثل هذه العوامل على طبيعة و سلوك السائح هناك ثلاثة عوامل تساعد في فهم أنماط السلوك للسائح:

- Normalness:

إن الطبيعة الحيوانية في السائح و التي تمنعه من إلقاء النفايات في الشارع أو المكان العام أما أصدقائه و أقاربه، هي نفسها التي تسمح له بفعل العكس في بلد لا يعرف فيه أحد.

- Strangeness:

هنا لأن الزائر في مكان غريب فيجب عليه أن يتخذ الحذر في سلوكه مما يدعوه مثلا لتحمل القمامة لمسافة بعيدة كي يجد المكان المناسب لإلقائها.

- Pressure:

كنتيجة للضغط الكبير و الإحباط من بيئة العمل ربما أيضا الالتزامات العائلية يمكن أن يخرج الإنسان عن طوره المعتاد و يلقي القمامة في غير مكانها المخصص تعبيرا عن إحباطه، لذا فإنه كلما زادت مقدرة المجتمع على تفهم مشاكل الزوار، كلما كانت هنالك إمكانية أكبر للتفاعل معهم و استقطابهم و الاستجابة بالطريقة و الأسلوب المناسب.

ت- إدراك دوافع السياح:

إن برامج التوعية السياحية للمجتمع تعني بالضرورة تعاون المواطن مع السائح حتى و لو لم يكن هناك إهتمام خاص بالدافع الرئيسي لزيارة السائح مثل التنقيب الجيولوجي أو البحث عن الآثار و الذي ربما في بعض الحالات يعتبره المواطن على أنه هذر للوقت و الجهد.

حتى لو كانت المنطقة من مناطق الجذب السياحي الرئيسية و المعرفة فإن هناك حاجة ماسة لترويج المنطقة للمواطنين أو تشجيع المواطنين أنفسهم على زيارة المناطق السياحية لتشجيع السياحة الداخلية و عملية التفاعل ما بين السائح و المواطن.

ث- إقامة مراكز معلومات السياحية:

تعتبر مراكز المعلومات السياحية أو ما يسمى بمراكز الزوار من أهم التسهيلات السياحية كونها حلقة وصل ما بين السائح و البلد السياحي، لها تأثير خاص على تشكيل الانطباع المناسب حول البلد، لذا يجب أن تحوي معلومات كافية و كوادر مدربة، من أهم المعلومات الضرورية: أماكن الإقامة، مواقف السيارات، كراجات تصليح السيارات، المناطق الأثرية و التاريخية و الدينية، الملاهي و أماكن الشكاوي، الخدمات الصحية، الصناعات المحلية، الحكومة المحلية، الصحف المحلية، التلفاز، المذياع، الرياضة، التسوق، خدمات السفر... الخ.

موقع المركز يجب أن يكون إستراتيجي يرتاده الزوار على تقاطع الطرق، في المداخل و المعابر الرئيسية، في الفنادق، غرفة التجارة، يجب إعادة النظر في المراكز المختلفة و تقييمها باستمرار من حيث الموقع، الخدمات و التسهيلات المقدمة... الخ.

رابعاً: تقييم برامج الخدمات و التدريب:

بعد تنفيذ البرامج المختلفة لابد من مراجعتها و تقييمها بشكل دائم و دوري للتأكد من تحقيقها لأهدافها و لتضمن أية ظروف أو مستجدات تؤثر سلباً أو إيجاباً على مدى فعالية هذه البرامج.¹

المبحث الثاني: السوق السياحي و تأثير السياحة

يعتبر السوق السياحي أو الدول المصدرة للسائحين هو المكان الذي تقوم فيه الدولة السياحية ببيع برامجها وخدماتها السياحية فيها، لذلك فإن دراسة هذا السوق تعتبر من المهام الرئيسية التي يقوم بها التسويق السياحي للتعرف على حجم السوق و قدرته على تنمية الطلب السياحي فيه.

المطلب الأول: السوق السياحي و تأثير السياحة

تتضمن دراسة السوق السياحي الموقع الجغرافي له و مدى قربيه أو بعده عن الدولة كذلك إجراء الدراسة السكانية لمجتمع هذا السوق و التقسيمات الرئيسية فيه من حيث الدخل، المهنة، الجنس، السن و غير ذلك، بهدف وضع الخطط التسويقية و بذل الجهود التنشيطية التي تلائم الشرائح السوقية المختلفة مع تحليل نصيب الدولة من هذا السوق السياحي للتعرف على العوامل المختلفة المؤثرة في ذلك.

الفرع الأول: تعريف السوق السياحي

سنتناول في هذا الفرع مفهوم السوق السياحي، عناصره و دوافعه.

أولاً: مفهوم السوق السياحي

¹ مقابلة خالد ، مرجع سابق ، ص ص 148- 155.

يمكن تعريف السوق السياحي بالطلب السياحي الحالي أو المحتمل لشراء خدمة سياحية ما لإشباع دوافع ورغبات السائحين.

أو هو مكان لإلتقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي سواء في الدول المصدرة للسائحين أو الدول المستوردة لهم.

ثانياً: عناصر السوق السياحي

يتكون السوق السياحي من مجموعتين من العناصر: عناصر الطلب السياحي demande و عناصر العرض السياحي supplie.

الطلب السياحي يتألف من: الدوافع، الإدراك والتوقعات، أما العرض السياحي فيتألف من الخبرة السياحية للبلد والواقع السياحي فيها، العوامل الرأس مالية، الموارد المتاحة، يقوم الوسطاء السياحيين بعملية الموافقة مابين العرض والطلب السياحي في محاولة لتحقيق الأهداف السياحية للبلد.

ثالثاً: دوافع السوق السياحي

تشتمل دوافع السوق السياحي على:

- أ- عناصر مادية أو سيكولوجية: مثل الاستجمام والمعالجة الصحية كأسباب أساسية للرحلة السياحية ونوعية الطعام، الشراب و وسائل الراحة التي عادة تمثل الأساسي في تحديد تجربة السائح.
 - ب- حوافز حضارية: وهذه ترتبط مع الرغبة لمعرفة الدول الأجنبية وعاداتها.
 - ت- حوافز إجتماعية: وتتضمن زيارة الأهل والأصدقاء، مقابلة شركاء العمل في المؤتمرات والعطاءات أو الشروع في نشاطات لها علاقة بالسمعة والمنزلة الإجتماعية.
 - ث- عوامل فنتازية وهمية: وهذه تتشكل إما للخلاص من الروتين القاتل للحياة الحديثة أو تعزيز الذات الشخصية من خلال عطاء المغامرة وغيرها سواء كان حقيقي أو من نسيج الخيال.
- عملية تحويل مثل هذه الحوافز إلى رحلة سياحية يتطلب معلومات حول الظروف والفرص المتوفرة، معرفة الخيارات والبدائل المختلفة لقضاء الإجازة ،المناطق السياحية المرغوبة مشروط بثلاثة عناصر: رغبات فردية، الإدراك يعتمد على شخصية السائح، تجربة السائح، خلال الرحلات السياحية السابقة للبلد المعني، المعلومات المتناقلة بين السياح أو الدعاية السياحية، أو ما يعرف بالكلمة المنقولة و كذلك الرغبات المتباينة للسوق السياحي.

التوقعات تتأثر بالمعلومات المتوفرة لدى السائح حول البلد المقصود و الصورة الذهنية و التي هي مجموعة من المعتقدات و الأفكار والإنطباعات التي يشكلها السائح حول المنطقة المقصودة.

عادة ما يكون المبرر الأساسي للدعم من القطاع العام للسياحة هو المورد و من تشغيل الأيدي العاملة، الضرائب التي سيتم تحصيلها مستقبلاً لخزينة الدولة من النشاطات السياحية.¹

الفرع الثاني: أنواع الأسواق السياحية

¹ مقابلة خالد، مرجع سابق ، ص 30 .

توجد عدة أنواع للأسواق السياحية تتمثل في مايلي:

أ- **الأسواق الرئيسية** : يتمتع هذا النوع من الأسواق بأهمية كبيرة لدى الدول المستوردة للسائحين حيث تمثل هذه الأسواق المصدر الرئيسي للطلب السياحي الذي تعتمد عليه هذه الدول و تحظى بالاهتمام الأكبر من جانب رجال التسويق و تتركز فيها الجهود التنشيطية.

ب- **الأسواق الثانوية** : تقل الحركة القادمة من هذه الأسواق عن حركة الأسواق الرئيسية بحيث لا تحتل نفس الأهمية الكبيرة التي تحظى بها تلك الأسواق لذلك سميت بالأسواق الثانوية لأنها لا تعتبر المصدر الرئيسي للحركة السياحية.

ت- **الأسواق النشطة** : يقصد بها الأسواق التي تزيد فاعليتها و الحركة السياحية منها خلال فترة معينة حيث يستجيب الطلب السياحي في هذه الأسواق لكل الجهود التسويقية و التنشيطية، و تتأثر درجة نشاط السوق السياحي بعدد من العوامل أهمها:

- حجم التعاقدات التي تتم في السوق السياحي سنويا.
- درجة استجابة الطلب السياحي للنشاط التسويقي.
- معدل الزيادة في الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق في فترة معينة.
- عدد الشركات و الوكالات السياحية الموجودة في الأسواق و حجم نشاطها.

ث- **الأسواق الكامنة** : و هي الأسواق التي لا تمثل حاليا للدولة مصدرا رئيسيا للطلب السياحي نتيجة لوجود بعض الظروف الإقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية في الأسواق و لكنها تتحول إلى أسواق فعالة و نشطة بزوال هذه الأسباب.

ج- **الأسواق المحتملة** : هي الأسواق التي يمكن أن يصل الطلب السياحي إلى أعلى مستوى ممكن نتيجة للجهود التسويقية و التنشيطية، بعد ذلك كل جهد إضافي سيزيد عليه زيادة محدودة في الطلب السياحي عن هذا المستوى.¹

الفرع الثالث: التأثير السياحي

ليس من الغريب أن يكون هناك آثار إيجابية و سلبية للسياحة عادة ما تكون مسؤولية السلطات الحكومية و الهيئات المختلفة في القطاع الخاص التي لها مصلحة مباشرة أو غير مباشرة لمضاعفات الآثار الإيجابية والتحفيز من الآثار السلبية.

السائح كذلك مسؤول على الأقل بشكل جزئي عن الترويج السياحي، خلق السمعة الطيبة بالتعامل باحترام وخلق الصداقات في البلاد التي يزورها كذلك المحافظة عليه و حماية المناطق السياحية البيئية المجاورة كذلك الإبقاء على سمعة و انطباعات طيبة عن بلده و أهله.

أولا: الآثار الإيجابية للسياحة

¹. لمياء السيد فتحي الزرقاري ، السوق السياحي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، 2008 ص 131، 132.

تساعد السياحة في خلق وتوسيع الفرص للقاءات الإجتماعية، توسيع مدارك الفهم وأبعادها عند المجتمع بتعاملهم مع السياح القادمين من مناطق مختلفة، وعملية الأخذ والعطاء وتبادل الأفكار بين السائح وأبناء البلد تشجع على تحديد الهوية الوطنية والتكامل الوطني كذلك تساعد السياحة على إحياء التراث الحضاري وتنشيط التبادل الثقافي، تسريع عملية التعلم والمساعدة على النمو وتطور الفنون، الحرف و المهن السياحية تساعد على المحافظة على التوازن البيئي وخلق بيئة خالية من التلوث.²

ثانياً: الآثار السلبية للسياحة

تحمل السياحة في طياتها جوانب إيجابية سبق وأن أشرنا إليها وجوانب سلبية تختلف باختلاف الجانب الذي ينظر إليها منه وتتمثل هذه الآثار فيما يلي:

أ- الآثار الاقتصادية:

تعمل السياحة على خلق آثار اقتصادية سلبية في بعض الأحيان أهمها:

- تجذب السياحة أعدادا كبيرة من العمالة من قطاعات أخرى كالصناعة والزراعة كونها توفر رواتب وظروف عمل أفضل كما أن هناك مشكلة العمالة الموسمية.
- تركز المعطيات السياحية في مناطق دون أخرى داخل الدولة يؤدي إلى زيادة الفوارق الإقتصادية والإجتماعية بين هذه المناطق.

ب- الآثار الإجتماعية:

- أهم النشاطات السياحية ينتج عنها آثار إجتماعية سلبية تتمثل:
- ضياع الهوية الثقافية المحلية للتأثر بالثقافات الواردة.
- زيادة القيود والضغوط المفروضة نتيجة تدفق السياح على العادات والتقاليد في أساليب الحياة البسيطة وبالتالي زيادة الإزدحام في الأماكن المقصودة.
- إنتشار عوامل التحرر والفساد الخلقي بسبب إنتشار الأنماط السلوكية السلبية في البلدان السياحية التي تتعارض مع ثقافة السكان المحليين.
- حدوث نوع من التصادم الثقافي أو مواجهة السلبية بين الثقافتين بسبب الإختلاف الكبير بين عناصر الثقافتين، أساليب الحياة، المعتقدات، الأفكار والآراء....

ت- الآثار البيئية:

- تتعدد الآثار البيئية السلبية الناجمة عن الأنشطة السياحية وهي:
- تلوث البيئة الطبيعية خاصة مياه الشواطئ، البحيرات وتلوث الهواء.
- تدمير المواقع التاريخية الأثرية خاصة إذا لم تتوفر الصيانة المستمرة و الرقابة الدائمة.
- الأخطار الطبيعية و مشاكل استعمال الأرض التي تتجم عن التخطيط غير الملائم للمرافق والنشاطات السياحية.

²مقابلة خالد ، مرجع سابق ص 33.

- الأنشطة السياحية كاستخدام القوارب، المشي، الغوص، يمكن أن تكون لها آثار سلبية على البيئة الطبيعية...¹

المطلب الثاني: الطلب و العرض السياحي

في مرحلة معينة في تطور الحاجات ظهرت الحاجة من السياحة ومعها ظهرت مباشرة إنتاج البضائع والخدمات لتلبية هذه الحاجة، هذا يعني أن شرح محتوى الطلب السياحي مرتبطة مثل ارتباطه مع الحاجة من السياحة.

الفرع الأول: الطلب السياحي

سننظر في هذا الفرع إلى مفهوم الطلب السياحي، خصائصه و أنواعه.

أولاً: الطلب السياحي

إن وجود إمكانية الإنتاج أي وجود العرض لتلبية الطلب والحاجة من السياحة نوع مميز من الحاجات فهي تتطلب الانقطاع المؤقت من مكان العيش الأصلي أي الابتعاد عن صخب العيش في المدن، العودة نحو الطبيعة و البحث عن الراحة النفسية الجسمية.

والدوافع للقيام برحلة سياحية دوافع كثيرة و مختلفة تتبع من:

- الرغبة في المحافظة على الصحة الجسمية و النفسية.

- أهداف ثقافية تتبع من الرغبة في معرفة الشعوب و الأقطار المختلفة.

- الرغبة في توسيع العلاقات الاجتماعية عن طريق الاحتكاك مع الآخرين وغيرها.

إشباع الحاجة الاستهلاكية من السياحة يتم الوصول إليه من خلال السفر و الإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي و السائح يختار في وقت واحد وسائل المواصلات، الإقامة، الرفاهية المقدمة له من الشركات السياحية المختلفة وفق بعض البضائع و الخدمات هي هدف من الرحلة السياحية، و لكي يحافظ على وجوده الطبيعي الفرد يبحث عن خدمات و بضائع تؤمن له السكن المؤقت و الطعام في المكان السياحي المختار و المبيت في مرافق المنام ليس بحد ذاتها هدف للطلب السياحي.

هدف الطلب السياحي يتمثل عادة في الحاجات الثمينة التي ليس لها شكل بضاعي مثل الشواطئ، الراحة و الابتعاد عن صخب المدن، مشاهدة الآثار التاريخية و غيرها.

عند النظر لشكل القمم الاستهلاكية لخدمات مواد الطلب السياحي فهي تنقسم لعدة مجموعات هي:

- خدمات المواصلات.

- خدمات تأمين المنام و الطعام في المرافق السياحية.

¹. حيزية حاج الله ، مرجع سابق ، ص ص 67- 69.

- خدمات ترفيهية في المناطق السياحية.
- تحف أو مواد صناعية يمكن استهلاكها في المكان السياحي أو في مكان السكن الأصلي عند العودة.
- الخدمات في المجموعة الأولى و الثانية هي خدمات أساسية تؤمن النقل و المبيت للفرد في المواقع السياحية دون أن تكون هدف للسفر وهي تأخذ حجم كبير من مصروفات السياح، و البضائع موضع الطلب السياحي ممكن تقسيمه هكذا:
- بضائع مطلوبة في موضع السكن الأصلي قبل السفر المواد التموينية و الملابس.
- بضائع مطلوبة في المكان السياحي منتجات الصناعات الخفيفة و المواد التموينية.
- بضائع مطلوبة في المكان السياحي ولكنها مخصصة للاستهلاك في مكان السكن الأصلي و العلاقة بين المجموعتان من البضائع يتغير بالاعتماد على مستوى المعيشة للسياح من اهتماماتهم من النوعية الجودة و اللون و غيرها من العلاقة بين مستوى الأسعار في المكان الدائم للسائح و الدولة المدارة، فالسائحون الذين مستوى حياتهم عالية في بلدهم غالبا ما يوجهها لشراء التحف بمختلف أنواعها، أما السياح الذين مستوى حياتهم في بلدهم منخفض فإنهم يتوجهون لشراء السلع و البضائع لأنهم يستفيدوا منها أكثر.
- عندما ننطلق من طبيعة الاستهلاك السياحي و الظروف و العوامل الملائمة لتلبيةه و من شكل البضائع و الخدمات السياحية ممكن أن نعرف الطلب السياحي في أوسع صورة على أنه "شكل ظهور السلع و الخدمات التي تؤمن السفر و الإقامة المؤقتة للناس خارج مكان سكنهم الأصلي من أجل الرفاهية و الراحة و العلاج ومشاهدة الآثار التاريخية، الثقافية و غيرها من الأهداف".¹

ثانيا: خصائص الطلب السياحي

تتمثل خصائص الطلب السياحي في:

- أ- **المرونة:** يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة تجاه التغير في الأسعار أي كلما انخفضت الأسعار في منطقة ما زاد تدفق السياح إليها والعكس صحيح ولكن هناك بعض المناطق الراقية مثل جزر البحر الكاريبي فالأمر مختلف أي كلما انخفضت الأسعار قل تدفق السياح إليها والسبب في ذلك أن هذه المناطق مخصصة لطبقة معينة من السواح الذين يمثلون رجال الأعمال بالدرجة الأولى وبعض الممثلين المشهورين في العالم، إذ أنهم يفضلون الذهاب إلى مناطق مميزة عالية ويعتبرونه نوعا من الفخر والتباهي ولكن عند انخفاض الأسعار يقل تدفق هؤلاء إلى هذه المناطق لأنهم يعتبرونها أماكن عامة لكافة الناس.
- ب- **الحساسية:** يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية فالبلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا، و التي تتعرض لاضطرابات سياسية لا تستطيع جذب سواح إليها حتى وإن كانت أسعارها منخفضة.
- ت- **التوسع:** هذا وقد زاد الطلب السياحي في السنوات الأخيرة وذلك لعدة أسباب:
- التطور التكنولوجي و خصوصا في مجال النقل.

¹ مروان السكر ، مرجع سابق ، ص 113 ، 114.

- تطور وسائل الاتصالات و نقل المعلومات شجع على السفر للتعرف على مناطق وشعوب أخرى.
- التطور الإقتصادي و خاصة زيادة الدخل في الدول الغنية ساعد على عدد الأفراد و القادرين على السياحة و السفر.
- زيادة أوقات الفراغ المتمثلة بزيادة طول عطلة نهاية الأسبوع.
- عوامل المناخ و الطقس في منطقة ما يساعد على إقبال السواح عليها.
- ث- الموسمية.
- ج- المنافسة: والمقصود بها عدم سيادة المنافسة الصافية أو ما يسمى احتكار القلة في السياحة حيث نلاحظ بأن الدول التي تمتلك آثارا قديمة أو مقومات سياحة طبيعية يكون من الصعب منافستها من قبل الدول التي لا تمتلك مثل هذه المقومات.
- ح- عدم التكرار: أي أن السائح نادرا ما يقوم بزيادة المنطقة نفسها التي زارها من قبل.

أهم العوامل التي تساعد على زيادة الطلب السياحي:

- التزايد العالمي في عدد السكان يؤدي إلى ظهور أجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج إلى إشباع رغباتهم من الخدمات السياحية.
- الهجرة من الريف إلى المدينة و خاصة في الدول النامية.
- التطور المستمر في مستويات المعيشة و زيادة أوقات الفراغ.
- التطور المستمر في وسائل النقل والاتصالات.¹

ثالثا: أنواع الطلب السياحي

تتمثل أنواع الطلب السياحي في ما يلي:

- أ- **الطلب السياحي العام:** هو عبارة عن الطلب الإجمالي على الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بغض النظر عن النوع أو الوقت والمدة ويرتبط هذا النوع من الطلب بالسياحة بالدولة كلها و ليس ببرنامج سياحي خاص، و تتميز به الدول المتقدمة سياحيا إذ توجد لديها خدمات سياحية متنوعة، متعددة و مقومات سياحية مختلفة، و من الأمثلة على هذا النوع هو الطلب السياحي لزيارة فرنسا أو اسبانيا أو أمريكا.
- ب- **الطلب السياحي الخاص:** هو الطلب الذي يرتبط ببرنامج سياحي معين بحددة السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، ومن هنا هذا الطلب على برنامج معين طلب خاصة بسائح ما أو مجموعة سواح وليس كل السواح مثل زيارة غابات لإفريقيا المفتوحة (السفاري) أو السفر إلى الهند لنوع من السياحة كتسلق الجبال أو زيارة كندا لمشاهدة شلالات نيا جارا أو السفر إلى أمريكا لزيارة ديزني لاند.

¹ - سراب إلياس و آخرون ، مرجع سابق ، ص 16، 17.

ت- **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات السياحة، الطيران، النقل السياحي و باقي الخدمات السياحية الأخرى.

هذا وتسعى الدول إلى تحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ومن ثم تحويله إلى طلب سياحي عام ذلك عن طريق توفير برامج سياحية أكثر بأسعار متنوعة.
وأيضا يمكن التمييز بين نوعين من الطلب السياحي وهما:

1- **الطلب السياحي الفعال(الحالي):** وهو طلب صريح من جانب السواح بحيث يتوفر فيه كافة العوامل الضرورية للسياحة مثل الرغبة و وقت الفراغ، القدرة على الدفع إضافة إلى مدى توفر الظروف المناسبة و يمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين أو القادرين على دفع النفقات السياحية.

2- **الطلب السياحي الكامن:** وهو عبارة عن نقص في طلب أحد العناصر الأساسية حتى يصبح هناك إقبال للسياح لزيارة منطقة ما و هذه العناصر هي:

- عدم القدرة على دفع مصاريف الرحلة.

- عدم توفر الظروف المناسبة.

- عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة.

- عدم توفر وقت الفراغ.

- ضعف وسائل الإعلان و الإعلام و الترويج.

يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنوع البرامج السياحية، تخطيط أسعارها، تثقيف السياح، تزويدهم بكافة المعلومات عن طريق وسائل الإعلان و الترويج المختلفة، إضافة إلى توفير كافة المواصلات و الخدمات بمختلف الأسعار.

الفرع الثاني: العرض السياحي

ندرس في هذا الفرع مفهوم العرض السياحي، مكوناته، و العوامل التي تؤثر في تشكله.

أولاً: مفهوم العرض السياحي

جانب العرض السياحي يتضمن مناطق الجذب السياحي و تسهيلات الضيافة في المنطقة السياحية، إذ تعتمد السياحة بشكل واسع على جانب العرض و الذي يشمل جمال الطبيعة، التراث القومي، المناخ، الشواطئ و الشلالات، الحياة النباتية و الحيوانية...

في كثير من الأحيان نجد أن الاستثمارات السياحية تتطلب مبالغ مالية طائلة خارج عن إمكانيات القطاع العام و أحيانا القطاع الخاص كذلك، و البنية التحتية الأساسية هي أساس التطوير السياحي، غالبا ما تكون مسؤولية القطاع العام أكثر من القطاع الخاص و تشمل شبكات الطرق، الصرف الصحي، المياه، الكهرباء...

العرض السياحي عبارة عن شكل لظهور إنتاج البضائع و الخدمات السياحية في السوق التي هي موجهة لإشباع الطلب السياحي.

يعرف العرض السياحي بأنه "ما تقدمه المنطقة السياحية و تحتيه من مقومات سياحية سواء كانت عوامل جذب طبيعية أو تاريخية أو صناعية إضافة إلى الخدمات و السلع التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر".

وللعرض السياحي علاقة كمية ونوعية:

أ- **العلاقة الكمية للعرض السياحي:** تشمل كل حجم البضائع و الخدمات التي في لحظة معينة ممكن أن تصرف السوق.

الجهة الكمية تحدد قبل كل شيء من مقياس الأسعار و طاقة البنية التحتية التي وجدت من أجل إنتاج البضائع و الخدمات الضرورية لتلبية الحاجات الاستهلاكية عند السواح.

ب- **العلاقة النوعية للعرض السياحي:** مرتبطة بشكل ظهور العلاقات الاقتصادية بين منتجين البضائع و الخدمات السياحية أثناء عملية التداول.

من جهة معينة هذه هي العلاقة بين القطاعات الأساسية أو الأولوية في السياحة و التي تنتج البضائع و الخدمات محط اهتمام الطلب و الاستهلاك السياحي من جهة ثانية، هذه هي العلاقات التي تتولد بين القطاعات المذكورة و ممثلهم في سوق الوسطاء و المسقط الثالث لظهور علاقات السوق التي لها شكل مستقل للظهور التي تتولد بين الوسطاء أنفسهم.¹

ثانيا: مكونات العرض السياحي

يتكون العرض السياحي من:

أ- **المكونات الطبيعية:** وتشمل على:

- المناخ (تشمل درجة الحرارة، طبيعة الهواء و الرطوبة)
- تهيئة الأرض و المناظر الطبيعية (سهول، جبل، بحيرات، أنهار، شواطئ...).
- الغابات الطبيعية.
- الحيوانات و النباتات البرية.
- المياه الكبريتية.

ب- **المكونات التي هي من صنع الإنسان:** وتشمل على:

- 1- **التاريخية والثقافية والدينية:** وتشمل:
 - آثار الحضارات القديمة (الأهرام، بابل، البتراء).
 - الأماكن الثقافية (المتاحف، المعارض).
 - الأحداث التقليدية، المهرجانات الوطنية و المحلية.
- 2- **ما أوجده التقدم العملي والتكنولوجي:** ومن أمثلتها مايلي:

¹ - سراب إلياس و آخرون ، مرجع سابق ، ص 11- 19 .

- النفق الأوربي: وهو عبارة عن نفق يربط بين فرنسا و بريطانيا.
- القناة الواصلة ما بين نهر الراين و نهر الدانوب.
- الحزام العظيم: هو عبارة عن نظام جديد من الجسور و الأنفاق الذي يربط بين الدول الإسكندنافية النرويج، الدنمرك، فنلندا، السويد وقارة أوربا.
- نهر ليبيا العظيم: وهو عبارة عن مشروع يهدف إلى جذب الماء إلى الصحراء من خلال نهر اصطناعي.
- مطار كانساي في اليابان: وهو عبارة عن مشروع قامت به اليابان وذلك بإزالة جبل كامل بهدف إيجاد جزيرة اصطناعية في خليج أوساكا من أجل بناء مطار جديد للطائرة النفاثة.
- افتتاح منطقة عسكرية في أقصى شرق روسيا أمام السياح بحيث توفر للسياح إمكانية إطلاق الرصاص وقيادة المدرعات.
- بناء منتجعات و قرى سياحية لكبار السن في الصين حيث أن عمر أقل شخص يعيش في هذه المنتجعات مائة عام.
- 3- **البنية التحتية الفوقية:** تشمل البنية التحتية شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، التلفونات، الخدمات الصحية والطرق.
- أما البنية الفوقية فتشمل أماكن الإقامة مثل الموتيلات وتشمل أيضا المطارات، وكالات السفر، الشركات السياحية، المسارح و الملاعب.
- 4- **وسائل المواصلات:** وتشمل كافة أنواع النقل المتوفرة في الدول.¹

ثالثا: العوامل التي تؤثر في تشكل العرض السياحي

هناك 3 عوامل تؤثر في تشكل العرض السياحي تتمثل في ما يلي:

- العامل الرئيسي الذي يحدد حجم و تركيب العرض السياحي هو تطور قوى الإنتاج على أساس المنجزات العلمية المتطورة عند إنتاج الخدمات و البضائع التي تلبي الطلب السياحي.
- و هو يساعد على إيجاد خدمات و بضائع ذات مستوى عالي من القيمة الاستهلاكية، بنفس الوقت تلقت مثل هذه المنتجات السياحية نسبيا أقل و تكون أقدر على المنافسة في السوق.
- وعامل آخر مهم له معنى في حجم و تركيب العرض السياحي هو حالة الطلب السياحي كمعبر لوجود الحاجة من السياحة.
- العامل الثالث الذي له أهمية و يؤثر على العرض السياحي هو أسعار السوق السياحي الذي من خلاله يوجد إمكانية تصريف البضائع و الخدمات بأعلى سعر ممكن، هناك عوامل أخرى تؤثر على العرض السياحي مثل:
- عوامل سياسية.
- عوامل نزاعات حربية.

¹. سراب إلياس و آخرون ، مرجع سابق ، ص 12،13.

• عوامل ذات طبيعة مناخية.

• عوامل اقتصادية.

• عوامل توحد البائعين في مجموعات واحدة وتكون الاحتكاكات وهذه أسبابها كالتالي:

○ ضرورة المحافظة و زيادة القدرة التنافسية للشركة السياحية في حالة التطور القوي للمنافسة في السوق السياحي.

○ محاولة الحصول على زبائن جدد للشركات السياحية.

○ هدف كل شركة في السوق السياحي هو تحقيق الأرباح و أرباح أكثر ممكن الحصول عليها عن طريق استبعاد بعض المصروفات المتعلقة بالبيع و الشراء.

○ عملية انتقال رؤوس الأموال من قطاع إلى قطاع و من دولة إلى دولة أخرى ظهر في مجال السياحة والهدف منه هو الحصول على أكبر قدر ممكن من الأرباح وعملية الاحتكاكات تتم في اتجاهين أفقي وعمودي.²

الفرع الثالث: السائح

نتناول في هذا الفرع مفهوم للسائح و أنواعه.

أولاً: تعريف السائح

هو الشخص المسافر من أجل المتعة و المتنقل في البلاد لنفس الأغراض السابق ذكرها من التعريفات المعاصرة في التسعينات تعريف مؤتمر أوتاد بكندا، دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة الكسب و يستبعد الهجرة المؤقت للممارسة أنشطة الكسب حيث اقترح المؤتمر الأخذ بتعريف محدد للسائح:

1- "السائح هو الذي يسافر لبلد غير الذي يقيم فيه بشكل معتاد لمدة لا تقل عن ليلة واحدة لا تزيد عن عام لا يكون الغرض الأساسي ممارسة أنشطة الكسب".

2- هو كذلك الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية بالتالي عليه أن يصرف أموالا و غيرها في مكان آخر.

3- في اجتماع عقده هيئة الأمم المتحدة في روما سنة 1963 تحت عنوان السياحة الدولية جاء تعريف السائح الدولي على أنه "كل شخص يكون موجودا بشكل مؤقت في دولة أجنبية و يعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال 24 ساعة أو أكثر و يستدل من هذا التعريف على أن السياح هم:¹

- الشخص الذهاب للترفيه أو العلاج أو لأسباب أخرى.

- الشخص الذهاب لاجتماعات دولية أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها.

- الشخص الذهاب للدراسة أو التخصص في مجال معين.

من هذا التعريف يستدل أيضا على أن الشخص لا يعتبر سائحا في الحالات التالية:

² مروان السكر، مرجع سابق، ص ص 121- 125.

¹ سراب إلياس، مرجع سابق، ص 14.

- الشخص الذاهب للعمل بدولة أجنبية و يعمل بها بعقد أو بلا عقد.
 - الشخص الذي يستوطن في المكان الذي ارتحل إليه و كان سائحا منه.
- و يمكن تعريف الزائر على أنه أي شخص يزور بلدا غير بلده أو مكان إقامته الاعتيادي لأي سبب عدا عن أشغال وظيفته مأجورة أو الإقامة الدائمة في البلد التي يزورها، يمكن تقسيم الزوار إلى مجموعتين لتسهيل قياس حجم الحركة السياحية و تأثيرها الاقتصادي: سياح Tourism و متزهين Excursionists.
- المتزه (Excursionist):** أي شخص يسافر بحثا عن الراحة و السعادة لمدة تقل عن 24 ساعة في بلد غير بلد إقامته الأصلي و لا يمارس أي نشاط مأجور في البلد الذي يزوره.
- الزائر العابر (transient visitor):** أي شخص يسافر بحثا عن الراحة في بلد غيره لفترة أقل من 24 ساعة شريطة أن يكون كل توقف stover لفترة زمنية بسيطة و لأسباب غير سياحية.

ثانيا: أنواع السياح

بما أن سبب الوجود raison d'être للصناعة السياحية هو وجود و نمو حجم السياح فإن جهود التخطيط و التنظيم جميعا تتجه لفهم السائح (حاجاته، رغباته، سلوكه...) من ثم محاولة إشباع هذه الحاجات و الرغبات.

كذلك يمكن تقسيم السياح لمجموعتين: سائح عالمي/دولي international tourist و سائح محلي somestic tourist

أ- **السائح الدولي (international tourist):** زائر مؤقت يعبر حدود بلاد غير بلده الأصلي أو محل إقامته الدائم بهدف قضاء أوقات الفراغ، المتعة، السرور leisure and pleasure، التجارة business، أو لقاء الأهل و الأصدقاء... لفترة أكثر من سنة واحدة و أقلها 24 ساعة، لا يقوم بأعمال تعود عليه بالمنفعة أو الربح المادي أو البحث عن إقامة دائمة في البلد التي يزورها.

تحليل بسيط و سريع للسياحة العالمية يبين لنا أن 17 دولة صناعية في العالم تمثل حوالي 70% من الحركة السياحية العالمية، دول أوروبا تستحوذ على حوالي ثلثي الحركة السياحية و كذلك المصروفات السياحية العالمية، حصة الدول النامية لا تزيد عن 10% من السياحة العالمية.

ب- **السائح المحلي (somesitic tourist):** هو الشخص الذي يسافر داخل بلده لمكان غير مكان إقامته المعتاد و يقيم في وسائل الراحة التجارية لفترة لا تزيد عن ستة أشهر في المرة الواحدة لأسباب دينية، اجتماعية، تجارية... الخ شريطة أن لا يبحث أو ينوي الإقامة الدائمة في المنطقة التي يزورها أو حتى يمارسها أي نشاط ربحي فيها.¹

¹ مروة بوسعيد ، مرجع سابق ، ص 13، 14.

خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق أن السياحة قد تحولت من نشاط مقصور على قلة من الناس إلى ظاهرة شعبية يريد الجميع التمتع بمزاياها على صعيد الراحة والاطلاع، كما أن التطور المستمر في جوانب الحياة ووسائل الإنتاج، العمل، العلم، والدخل أدى إلى إشباع نمو السياحة كما وشكلا حتى أصبحت صناعة قائمة بذاتها.

تمهيد:

لقد تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة وقد سعت كثير من الدول إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي لمزاياه الإيجابية المتعددة في المجالات الإقتصادية، الاجتماعية، الثقافية و البيئية . قد صارت السياحة ذات أثر فاعل في دعم الإقتصاد العالمي وتنشيط حركة الاستثمار مما أدى إلى إيجاد فرص عمالة جديدة متزايدة سنوياً.

لابد من التأكيد على أن صناعة السياحة تعتمد بصورة رئيسة على الشركات و المؤسسات الخاصة (القطاع الخاص) التي تعتمد بدورها على تهيئة أماكن الجذب السياحي للاستثمار فيها، كذلك الاستثمار في المرافق، الخدمات ، التسهيلات السياحية، التي تعدّ الركن الثاني الداعم لصناعة السياحة، بعد الموارد الثقافية والطبيعية (الثروة السياحية). فهي إذن صناعة ذات أوجه متعددة ، متنوعة و متداخلة تتخذ من الشراكة الفعالة التي تضم جميع أفراد المجتمع، المؤسسات ، شركات القطاع العام والخاص محوراً أساسياً لها، التي تتضافر وتعمل جميعاً وفق هيكل محدد ينسجم مع الأنظمة والتشريعات التي تصدرها الهيئات الإدارية ذات الاختصاص في قطاع السياحة، التي تشرف على هذه الصناعة وفق خطة استراتيجية وطنية تتخذ من التخطيط الاستراتيجي للترويج و التسويق السياحي منهاجاً لها.

لذلك أعطت الدول المتقدمة قبل النامية أهمية خاصة لتطوير هذا القطاع والاستفادة منه لكون السياحة قاطرة التنمية في هذا العصر، أي هي الكنز الذي يجب أن يدر ذهاباً لو تم استثماره و قد نجحت الكثير من الدول في جعل السياحة موردها الأساسي للدخل، رغم أنها تفتقد إلى الكثير من المقومات السياحية بمفهومها العلمي والاقتصادي، لكنها استطاعت أن تبهر السياح بما تقدمه لهم من خدمات متنوعة منذ وصولهم إلى أراضيها. لعل الاهتمام بهذا القطاع قد تمثل في انشاء وزارة للسياحة منذ عدة سنوات لتكون محطاً لأنظار السياح من كل مكان، من ثم واجهة إبراز أهميتها للمستثمرين ك مجال واعد للاستثمارات.

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى ما يلي:

- المبحث الأول : ماهية الإستثمار السياحي

- المبحث الثاني : التنمية الإقتصادية و الاستثمارات السياحية

المبحث الأول : ماهية الإستثمار السياحي

ان القطاع السياحي عامة واستثماراته خاصة تحظى باهتمام كبير من طرف الدولة نظرا للدور الفعال الذي تؤديه السياحة في معظم الدول ، فالاستراتيجية الجديدة تهدف الى اعطاء الاستثمارات السياحية الاولوية بغية النهوض بالقطاع ذلك من خلال تقديم تحفيزات كذلك تشجيعات عديدة تساعد على تطويرها وترقيتها.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار

يستمد مفهوم الاستثمار أصوله من علم الاقتصاد وهو على صلة وثيقة بمجموعة أخرى من المفاهيم الاقتصادية من أهمها: الدخل الاستهلاكي، الادخار والاقتراض.

الفرع الأول: تعريف الإستثمار

يعرف الاستثمار بمعناه الواسع بأنه "عبارة عن الإضافة إلى الطاقة الإنتاجية أو إلى رأس المال، ويهدف الفرد من وراء الاستثمار إلى تعظيم ثرواته والمحافظة عليها، هذا يتطلب من الفرد المستثمر أن يقوم بدراسة أنواع الاستثمار التي تحقق له الهدف عن طريق تحديد العائد و المخاطر من كل نوع"¹.
الإستثمار هو التخلي عن أصل أو أكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الفترة الزمنية بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوض عن :

- القيمة الحالية لتلك الأصول التي تخلى عنها في سبيل الحصول على ذلك الأصل أو الأصول .
 - النقص المتوقع في قوة تلك الأموال الشرائية بفعل التضخم.
 - المخاطر الناشئة عن احتمال عدم حصول تدفقات المالية المرغوب فيها كما هو متوقع لها.²
- وكما عرفه لمبر: الإستثمار يمثل "شراء أو إنشاء منتوجات مادية وسيطية".
وكما عرفه كينز: الإستثمار هو "العملية التي تخص بشكل عام التدخل الفعال لمعامل آدمي الذي يهدف إلى خلق رأس المال، بمعنى آخر منتج دائم يقدم طمأنينة موزعة على مدة زمنية".³
الإستثمار هو "توظيف لرأس المال المدخر تحقيقا للربح فتعرف الاقتصاد يختلف عن تعريف الإدارة المالية وإدارة المحاسبة من أجل هذا نعرفه من وجهات مختلفة"⁴.
يعرف الإستثمار كذلك على أنه "الطلب على أموال الإنتاج أو انه الفرق بين الدخل المتاح والطلب على أموال الاستهلاك".

كما يمكن تعريف الإستثمار على أنه "عملية اقتصادية مدروسة من قبل شخص طبيعي أو قانوني تقوم على أسس أو قواعد علمية أو عقلانية بموجبها يجري توجيه أصول مادية أو مالية أو بشرية أو معلوماتية نحو تحقيق عوائد اقتصادية او اجتماعية أو ثقافية أو علمية في المستقبل بتدفقات مستمرة عادة تضمن فيما

¹ أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم و مراجعة الأداء و الإستثمار في البورصة،الدار الجامعية،الإسكندرية،2006،ص2.

² زياد رمضان ، مبادئ الإستثمار المالي و الحقيقي، دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة،الأردن،2007، ص 13.

³ شوام بوشامة،تقييم و إختيار الإستثمار، دار العرب للنشر و التوزيع ، الجزائر،ص24،25.

⁴ حيزية حاج الله،الإستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص نقود مالية و بنوك ، جامعة البليدة ، ماي ، 2006/2007، ص 20.

تتجاوز القيم الحقيقية الحالية للأصول الرأسمالية (المطلوبة) في ظروف تتسم بالأمان قدر المستطاع مع عدم استبعاد هامش مقبول للمخاطر".¹

الفرع الثاني : أهمية الإستثمار

يعتبر الإستثمار الركيزة الأساسية للنمو الإقتصادي و إرادة فعالة لتحقيق جميع الأهداف الإقتصادية، الإجماعية للمجتمع بحيث يؤدي إلى رفع المستوى الإقتصادي، فهو يؤدي دورا هاما في تحريك النشاط الإقتصادي ومنفعته شبه دائمة، يمكننا إبراز أهميته بالنسبة للإقتصاد الكلي من جهة وبالنسبة للمؤسسة من جهة أخرى .

فأهميته بالنسبة للإقتصاد الكلي تتمثل في أنه يؤدي دور هاما في مسار النظام الإقتصادي وتطوره حركيا، فهو وثيق الارتباط بصورة مباشرة أو غير مباشرة لمتغيرات إقتصادية كلية أخرى كالادخار ،الدخل ،مستوى التوظيف فالادخار هو الفائض من الدخل بعد الاستهلاك الموجه للإستثمار والعلاقة بينهما هي علاقة تمويلية. الإستثمار هو أحد الأدوات الأربع الأساسية للإنتاج وبالتالي فهو مولد للدخل وحاكم لمستوى التوظيف، وهنا يرتبط بالاستهلاك في علاقة إنتاجية و عليه يحتل دورا محوريا في النظريات الإقتصادية فهو مركبة في الطلب و العامل الأساسي لزيارة العرض.

فالإستثمار يساهم في تحقيق العائد أو الربح مما يؤدي إلى تكوين الثروة وتميئتها فهو عامل أساسي للنمو والبقاء، يساهم في تأمين الحاجات المتوقعة للأفراد وتوفير السيولة لمواجهة تلك الحاجات من ثم تحقيق الرفاهية لهم والتخفيف من حدة البطالة، كما أن له أهمية في استغلال المصادر الهامة، الطاقات والقدرات الكامنة للنشاط.²

الفرع الثالث: تصنيفات الإستثمار

تنطوي قرارات الإستثمار على أنواع متعددة من الإستثمارات والتي يمكن تصنيفها طبقا لمعايير عديدة أهمها:

- معيار المبادرة .
- معيار المجالات.
- معيار الزمن.
- معيار اتجاهات التأثير .
- معيار التخصيص المكاني.
- معيار التخصيص القطاعي.
- معيار التخصيص المؤسسي.
- معيار التأثيرات التكنولوجية.
- معيار النفقات والعوائد.

¹ .هوشيار معروف، الإستثمار والأسواق المالية ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، 2009، عمان ، الأردن ،ص 16 ،17.

² . حيزية حاج الله ، مرجع سابق ،ص 23.

- معيار نطاق التأثير.

ويرى كاتب آخر أنه يمكن تصنيفها وفقا لمعايير ثلاث اخرى وهي:

- طبقا لشكل وتوقيت التدفقات النقدية.

- طبقا لعلاقة الاستثمار ببرامج الاستثمار .

- طبقا للغرض أو الهدف من الاستثمار .

سنخص بالشرح المعيار الأخير لأنه يعرض لنا أهم الأغراض من الاستثمارات وهو يأخذ أشكالا متعددة تتمثل في:

أولاً: الاستثمارات الإحلالية أو التجديدية

تعتبر هذه الاستثمارات الأكثر شيوعا من حيث الحجم ويمكن أن نميز بين نوعين منها، الأول يهدف إلى إحلال أصول جديدة مكان الأصول القائمة التي انتهى عمرها الإنتاجي بالاستهلاك بحيث يحافظ على الطاقة الإنتاجية القائمة للوحدة الاقتصادية، أما الثاني فيهدف إلى إحلال أصول قائمة صالحة الاستخدام إلا انها تعتبر متقدمة فنيا يهدف تخفيض تكلفة الإنتاج أو تحسين الأداء .

ثانيا: استثمارات التحديث والإنتاجية

تهدف هذه الاستثمارات إلى تقليص التكاليف والمخاطر، تحسين نوعية المنتج، من خلال تكثيف الآلية أي تطوير الجهاز الإنتاجي الحالي وتحديثه، حيث ان المؤسسة تسعى إلى قياس أثر تغيير التجهيزات وليس مردوديتها بحيث أنها تريد تقييم التكاليف بعد إدخال هذه التغيرات على التجهيزات وما يترتب عنها من تكلفة تكوين جديدة والعمالة الإضافية، فهذه الاستثمارات تهدف زيادة الإنتاج حيث تنقلص فيها نسبيا المخاطر .

ثالثا: استثمارات التنوع والتطوير

تتمثل هذه الاستثمارات في أبحاث تطوير منتج قائم أو بعث منتجات جديدة وهي مرتبطة بالتطور التكنولوجي، تكاليف البحث والتطوير إما أنها تعتبر تكاليف أو تهتك خلال فترة زمنية أقصاها خمس سنوات،

و ينجز بالأشغال التالية: عقود المهارة الفنية، عقود تكوين والتسيير و عقود إنجاز البراءة.

رابعا: استثمارات التوسع

الغرض من هذا النوع هو توسيع الطاقة الإنتاجية والبيئية للمؤسسة لمواجهة زيادة الطلب في المستقبل، ذلك إما بزيادة الإنتاج القائم دون تغيير في تشكيلية المنتجات الحالية أو بإضافة خطوط إنتاج جديدة وهنا تتغير تشكيلة المنتجات القائمة، كما أن التدفقات النقدية الناتجة عن استثمارات التوسع تخضع للوضع الاقتصادية والتنافسية بالإضافة إلى مدة حياة الاستثمار المتأثر بالتطور التكنولوجي، تأخذ شكل الاستثمارات التركيزية أو التجميعية لعدة مشاريع.

خامسا: الاستثمارات الاستراتيجية

غرض هذه الإستثمارات اجتماعي غير مرتبطة بشكل مباشر بنشاط المؤسسة و يتم القيام بها نتيجة الالزام القانوني إذ تفرضها الظروف أو تفرض بواسطة الدولة، وهي تهدف إلى الالتزام بالتشريعات فيما يخص الصحة والوقاية، الأمن، التلوث، تحسين المناخ الاجتماعي كإنشاء مساكن للعاملين وغيرها من المرافق الضرورية لهم. كما أنها تضم مجمل الإستثمارات الخاصة بالهياكل القاعدية التي تتسم بكيد حجم تكاليفها وأهميتها التي تعم على الجميع.¹

المطلب الثاني: أدوات و دوافع الإستثمار السياحي

سننظر في هذا المطلب الى أدوات و دوافع الإستثمار السياحي.

الفرع الأول: أدوات الإستثمار السياحي

تعرف أداة الإستثمار بأنها الأصل الحقيقي او المالي الذي يحصل عليه المستثمر لقاء المبلغ الذي يستثمره و يطلق البعض على أدوات الإستثمار اصطلاح وسائط الإستثمار Investment media وأدوات الإستثمار المتاحة في المجالات المختلفة كثيرة جدا سوف نتناول أدوات الإستثمار الحقيقي و المالي بشيء من التفصيل:

أولاً: العقار كأداة استثمار:

تحتل المتاجرة بالعقارات المركز الثاني في عالم الإستثمار بعد الأوراق المالية ويتم الإستثمار فيها بشكليين:

أ- مباشر: عندما يقوم المستثمر بشراء عقار حقيقي (مبان او أراض) .

ب- غير مباشر: عندما يقوم بشراء سند عقاري صادر عن بنك عقاري أو بالمشاركة في محفظة مالية لإحدى المؤسسات المالية المتخصصة بالعقارات والمعروفة تحت اسم Reits .

وتصدر هذه المؤسسات أوراق مالية غالبا ما تكون سندات تحصل بواسطتها على اموال تستخدمها فيما بعد لتمويل بناء او شراء عقارات .

تقييم الإستثمار بالعقار:

- درجة عالية من الأمان تفوق ما في الأوراق المالية ذلك لأن المستثمر بالعقار يحوز أصلا حقيقيا له مطلق الحرية بالتصرف به سواء بالبيع أو بالتأجير كما أن حملة السندات العقارية المضمونة بعقار تضمن لحاملها الاستيلاء على الضمان في حالة عجز المدين عن سداد قيمة هذه السندات.
- بعض المزايا الضريبية في بعض البلدان مثل إعفاء فوائد السندات العقارية.
- التكاليف المرتفعة لأن التمويل الطويل الأجل تكون تكاليفه مرتفعة ولكن العوائد المرتفعة أيضا خاصة إذا استطاعت الشركات العقارية استغلال المتاجرة بالملكية.
- عدم توفر سوق ثانوية منظمة لذا فالإيجار بالعقارات ليس مرنا كما أن العقارات ليست على درجة عالية من السيولة.
- تفتقر أدوات الإستثمار في العقارات إلى عنصر التجانس لذا يلاقي المستثمر فيها مصاعب شتى تتعلق بتقويمها و باحتساب معدلات العائد عليها مما يتطلب منه ان يكون متخصصا في هذه الأمور.

¹ . حيزية حاج الله ،مرجع سابق ص ص 27- 30 .

ثانيا: السلع كأدوات استثمار:

تتمتع بعض السلع بمزايا خاصة تجعلها صالحة للاستثمار لدرجة أن تنشأ لها أسواق متخصصة (بورصات) على غرار بورصات الأوراق المالية ولذا فقد أصبحنا نسمع بوجود بورصة للقطن في نيويورك وأخرى للذهب في لندن وثالثة للبن في البرازيل و رابعة للشاي في سريلانكا... إلخ.¹ يتم التعامل بين المستثمرين في أسواق السلع عن طريق عقود خاصة تعرف باسم المستقبلات او التعهدات المستقبلية وهي عقد بين طرفين هما منتج السلعة و وكيل او سمسار غالبا ما يكون مكتب سمسة يتعهد فيه المنتج للسمسار بتسليم كمية معينة من سلعة معينة بتاريخ معين في المستقبل مقابل حصوله على تامين او تغطية margin تحدد بنسبة معينة من قيمة العقد. وتشبه المتاجرة بالسلع غالبا ما يكون أكبر مخاطرة من التجار بالأوراق المالية.

- لكل منهما سوق متخصصة ومنظمة .

- إجراءات البيع بالنسبة لكل منهما متماثلة إلى حد كبير عدا أن الأوراق المالية سوق ثانوية غير موجودة للسلع.

- الاستثمار في الاوراق المالية يتمتع بدرجة عالية نسبيا من السيولة.

- أسعار كل منها تكون معلنة في السوق و لا تخضع لأية مساومة.

ثالثا: المشروعات الإقتصادية كأدوات استثمار:

تعتبر المشروعات الإقتصادية من أكثر أدوات الاستثمار الحقيقي انتشارا وتتنوع أنشطتها ما بين تجاري، صناعي و زراعي، كما أن منهما ما يتخصص بتجارة السلع أو صناعتها أو بتقديم الخدمات.

الفرع الثاني : محددات الإستثمار السياحي

تعد محددات الاستثمار مصدرا هاما لحركة رؤوس الأموال تختلف عن الأنماط الأخرى لتدفقات رأس المال في انه مرتبط إلى حد كبير بالأفاق الطويلة الأجل المفتوحة أمام المستثمرين لتحقيق أرباح في الأنشطة الممارسة، هذا الاستثمار يتحدد بعدة محددات و ضوابط تؤثر فيه كما ان له عدة أنواع وتصنيفات تختلف فيما بينها.

كما أن الاستثمار عنصر متقلب في الاقتصاد وتفسير هذه التقلبات راجع لعدة عوامل متداخلة تؤدي دورا كبيرا في التأثير على فعالية الاستثمار، يمكن تقسيم هذه العوامل إلى عوامل مباشرة و عوامل غير مباشرة.

أولا : العوامل المباشرة

سميت هذه العوامل بالمباشرة لارتباطها بفعالية الاستثمار حيث يكون تأثيرها على الطاقة الإنتاجية للاقتصاد بشكل مباشر، تتمثل هذه العوامل فيما يلي:

- الفائض الإقتصادي.

¹ . زياد رمضان ، مرجع سابق ص 42،43.

- العمل
- الدخل الوطني .
- الاستهلاك.
- الاختراعات .
- الاتجاه العام للأسعار.

ثانيا: العوامل الغير مباشرة

- سعر الفائدة.
- العوامل الذاتية.
- وقعات مستوى الدخل والإنتاج .¹

الفرع الثالث: دوافع الإستثمار السياحي

توجد العديد من الدوافع و الأسباب للإستثمار في المجال السياحي سواء على مستوى المحلي أو الإقليمي من بين هذه الدوافع مايلي:

أولاً: التنمية الإقتصادية والتقريب بين المستويات الإقتصادية الإقليمية

يشكل الإستثمار بشكل عام دعامة الإقتصاد ونجد أن الإستثمارات السياحية تظهر آثارها على حجم النقد الأجنبي وتظهر الإستثمارات السياحية كتعويض خاص إن كانت الدولة تتمتع بمقومات وعناصر جلب سياحي عديدة مغرية دائمة فهي لا تحتاج لعناصر معقدة خاصة التكنولوجية منها، كما أن الإستثمارات السياحية تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف مما يحافظ على تراث البلد ويعمل على خلق فرص عمل جديدة.

ثانيا: زيادة الدخل الوطني ودعم ميزان المدفوعات

تحدث السياحة تحولا في بعض الأنشطة التقليدية في البناء الإقتصادي للمجتمع عن طريق الإستثمار في المناطق المختلفة، فتزيد مداخيل القوى العاملة في هذا المجال وبالتالي زيادة الدخل الوطني. أما عن دور الإستثمارات السياحية في ميزان المدفوعات ومكانة الإيرادات من الحركة السياحية فهي تظهر في بند حساب رأس المال الذي يشمل الإستثمارات التي حصلت عليها الدولة من الخارج الموجودة لديها والإستثمارات التي قدمتها الدولة للخارج كمدفوعات وما عليها من التزامات فهي تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات.

ثالثا: صناعة السياحة أقل منافسة من الصناعات الأخرى

يكون معدل التغيير في السوق السياحي بدرجة أقل مما يقلل من درجة و حدة المنافسة مقارنة مع القطاعات الأخرى التي يعتمد فيها على التكنولوجيا العالية.

¹. ناظم محمد نوري الشمري و آخرون، أساسيات الإستثمار العيني و المالي، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 1999، ص 52.

صناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي أساسها العمل الانساني حيث لا تعتمد على التكنولوجيا قدر ما تعتمد على تسويق وترويج للخدمات.¹

المبحث الثاني : التنمية الاقتصادية و الإستثمارات السياحية

لقد اصبحت مشكلة التنمية الاقتصادية الشغل الشاغل للاقتصاديين و رجال البحث العلمي كما اصبحت القضية الاساسية المتداولة سواء على النطاق المحلي في الدول المتخلفة او على النطاق الدولي، يرجع الاهتمام بهذه المشكلة الى التغيرات السياسية التي حدثت بعد الحرب العالمية الثانية وكذا تطور الفكر الاقتصادي.

المطلب الأول: محددات نمو الاستثمار السياحي وسبل ترقيته

يتأثر الاستثمار السياحي بعوامل تحدد نموه مستقبلا من حيث حجمه وطبيعته ومصدر تمويله كما أن للتسهيلات والضمانات الموضوعات أثر عليه قد تدفع بنموه أو تأخره.

الفرع الأول : محددات نمو الاستثمار السياحي وعوائقه

ينقيد النمو السياحي أو بالأحرى الاستثمار السياحي بعدة عوامل ومحددات تجعله يأخذ الحجم اللازم له أولا ثم تظهر منافعه وآثاره لاحقا، كما أن هناك عوامل تحد من نموه وتعيقه.

أولا: محددات نمو الاستثمار السياحي

أ- طبيعة الاستثمار والموقع الجغرافي:

قرب البلد من الأسواق التي لها دور كبير في حركة السياحة الدولية يؤدي إلى زيادة حجم التدفق السياحي، بسبب توفير الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل النقل خاصة على مستوى السياحة الإقليمية من خلال برامج المجموعات السياحية.

كما أن تمتع السوق السياحي بمقومات سياحية يعد سببا لنمو الاستثمارات في هذا المجال فهي التي تعمل على اجتذاب السياح، تنشيط السياحة وتفعيلها.

هي تجمع جغرافي، تنوع تضاريس البلد، جمال مرافقه الطبيعية وما يزخر به البلد من مواقع ومعالم تاريخية هامة، تراث حضاري عريق، وتتطلب الأنشطة السياحية موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق الأساسية لها لدى عادة ما تحتاج عملية تمويلها إلى قروض طويلة الأجل.

ب- التسهيلات والحوافز المقدمة:

تبحث الاستثمارات السياحية دائما عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها وهما الضمانات والحوافز شأنها في ذلك شأن أي نشاط استثماري، فتوافر الاستقرار ومناخ ملائم للاستثمار إلى جانب محفزات عديدة أخرى أهمها منظومة القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار سواء كان محليا أو وافدا وكذلك

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

توافر بنية تحتية ملائمة ووعي سياحي عام بين مختلف شرائح المجتمع ويمكن تقسيم هذه التسهيلات إلى نوعين هما :

1- التسهيلات السياحية :

إن توفير الأرض بأسعار تشجيعية وتوفير البنية التحتية بدون مقابل للمستثمر خارج الموقع أو ضمن موقع المشروع أو جزء منه بحيث تسترد التكلفة مقابل إيجار المنشآت و توفير شبكة طرق جيدة ، وسائل اتصال ،خدمات فعالة و تسهيلات الإقامة... كل هذا كفيل باستيعاب المزيد من السياح و القيام بالمزيد من الاستثمارات السياحية كما تؤدي المنافسة دورا كبيرا من حيث التكفل و السعر خاصة من المجموعات السياحية.

2- الحوافز و الإعفاءات المقدمة:

تتخذ الدولة إجراءات عديدة لدعم الصناعة السياحية وهذا بتهيئة المناخ للاستثمارات الخاصة وتزويد المستثمرين بالمساعدات المالية، فتهيئة مناخ ملائم للاستثمارات السياحية يكون من خلال دراسة مجموعة قوانين الاستثمار عامة و ما يخص السياحة على وجه التحديد، وضع قانون خاص بالاستثمار السياحي يهدف إلى تنمية، تطوير القطاع ومرافقه، تشجيع الاستثمار في مجالاته المختلفة، خلق و إيجاد الظروف الملائمة لها، ترسيخ أسباب، تشجيعها و العمل على ضمان حمايتها، هذا من خلال جمع ونشر المعلومات والدراسات اللازمة لتشجيع رؤوس الأموال على الاستثمار، كذلك إجراء اتصالات بالجهات التي ترغب في الاستثمار في البلد وتعريفها بفرص الاستثمار المتاحة والترويج لها بوسائل الإعلام والنشر المختلفة.

قد تكون الحوافز لنوع معين من المشاريع، تنتوع صور المساعدات المالية التي تقدم للمستثمرين في القطاع السياحي، من أهم صورها:

-الإعانات: إعانات نقدية ، إعانات عينية .

-القروض طويلة الأجل وبأسعار فائدة منخفضة.

-الإعفاءات الضريبية والجمركية .

-تقديم المساعدات الفنية .

-تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية.

ج- وسائل تدفع بنمو الاستثمارات السياحية:

هناك وسائل أخرى تدفع الاستثمارات السياحية إلى النمو منها:

-تخطيط سياحي عملي شامل أي لاستخدام التخطيط كوسيلة لخلق مواقع ذات نوعية متميزة.

-الترويج لفرص الاستثمار السياحي الموجودة، فلا بد من إعداد دراسات تبرز كمية و نوعية المنتجات السياحية الناتجة عن العملية الاستثمارية و إمكانية بيعها في الأسواق الخارجية ،كذلك التعريف بها عن طريق الترويج لها.

- التنظيم الفعال للاستثمارات السياحية فلا بد من تنظيم جيد وفعال يعمل على تطوير الاستثمارات السياحية حتى تظهر آثارها النفعية على المستويات المحلية، الإقليمية والدولية على حجم الحركة السياحية.¹

ثانيا: معوقات الاستثمار السياحي

أهم ما يعيق الاستثمار السياحي مايلي:

- عدم تأهيل القوى البشرية.

- عدم الاستقرار السياسي.

- النقص الملحوظ في العمل المؤسساتي للسياحة كصناعة متطورة على الصعيدين المحلي والإقليمي والدولي.

- تأشيرات الدخول تشكل بعض التعقيدات المعيقة للسياحة.

- خطوط النقل الجوي و ضريبة الدخول فعدم توافر خطوط نقل جوية حديثة، مؤهلة وبأسعار تنافسية أمر يعيق الاستثمار السياحي.

- عدم تحديث الفنادق، أماكن الإقامة المتوفرة و عدم إضافة خدمات جديدة، تجهيزات و أمور مكملة للسياحة.

- عدم توافر خطة سياحية مرجعية بمعنى أن قيام منطقة سياحية دون خطة متكاملة تعيق وتؤخر الاستثمار.

- صعوبة و تعقد الإجراءات البيروقراطية بما فيها إجراءات التسجيل والحصول على ترخيص.

- تعتبر السياحة صناعة قائمة بذاتها و أصبحت الاستثمار الأكيد لكافة المستثمرين مهما تنوعت الأدوار والوظائف إذ تعتبر ظاهرة قديمة تطورت بسرعة تبعا لتطور الحياة و أساليبها حتى أصبح يطلق عليها الصناعة الواردة للتغلب على المشاكل الحادة المتعلقة بالبطالة و آثارها...

- تحتاج السياحة إلى استثمارات تكون مواكبة للعصر و تطوراته في القطاع، هي بدورها تحتاج لتسهيلات

و حوافز عديدة بالإضافة إلى دعم مستمر ومناخ ملائم.²

الفرع الثاني : سبل ترقية الإستثمار السياحي و الإجراءات المتخذة لتشجيعه

أولاً: سبل ترقية الاستثمار السياحي

إن تنفيذ برنامج ترقية القطاع السياحي في الجزائر يتطلب توفير محيط محفز يساعد على بناء صناعة سياحية تنافسية يتم فيها تشجيع الاستثمار الخاص، الشراكة و جلب الاستثمار الخارجي، تتخلى الدولة عن الاستثمار إلا أن تدخلها ضروري و هام يتمثل في تسيير ومراقبة تهيئة الظروف اللازمة له، تتمثل أهم التدابير التي اتخذتها الدولة لدعم الاستثمار السياحي فيما يلي:

أ- التهيئة والتحكم في العقار السياحي

¹ . حيزية حاج الله، مرجع سابق ص ص 73- 75 .

² . حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 77، 78 .

يقصد بالتهيئة السياحية: " مجموعة أشغال انجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة و طبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها" .

تتم التهيئة السياحية و فقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المنصوص عليها في المادتين 22 و 38 من القانون 01-20 المتعلق بتهيئة الإقليم و التنمية المستدامة ، يأخذ هذا المخطط بعين الاعتبار: خصوصية و متاحات المناطق ، الحاجة الاقتصادية ، الاجتماعية و الثقافية .
الواجبات أو الالتزامات الخاصة بالاستغلال العقلاني المنسجم للمناطق و الفضاءات السياحية ويشمل المخطط تهيئة السياحة كما يلي:

- حماية الجمال الطبيعي و المعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملا أساسيا لجلب السياحي .
- انجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع و المواقع السياحية.

تتم عملية تهيئة العقار السياحي و التحكم فيه من خلال إنشاء مخطط رئيسي وطني للتهيئة السياحية الذي يمول من قبل الدولة يغطي 22 منطقة توسع سياحي و يندرج ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و يتم تدعيمه بالدراسات العامة المتعلقة بالتطور السياحي الوطني و الدولي، تحديد خصائص و أنواع العرض و الطلب السياحيين.

ب- تأطير و تمويل المشاريع السياحية:

1- تمويل المشاريع السياحية:

يتعلق الأمر بتكييف طريقة التمويل الحالية و فقا لخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي و في هذا الصدد ركز برنامج عمل القطاع السياحي على اتخاذ الإجراءات التالية:

في إطار إصلاح النظام البنكي يجب تشجيع المؤسسات البنكية على إنشاء منتج مالي متميز و المتمثل في "القرض الفندقي" الذي يتوافق مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات استرجاع رأس مال الاستثمارات السياحية.

يجب تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي.
تخفيض نسبة الفائدة كإجراء إضافي لتشجيع و تحفيز الاستثمارات مثلما هو معمول به في العديد من البنوك.
هذه التدابير المتخذة لتمويل الاستثمار تغطي أيضا عملية إنجاز المنشآت القاعدية الجديدة، تجديد و عصرنة المنشآت القائمة سواء تعلق الأمر بالقطاع الخاص أو العام .

يتطلب الاستثمار السياحي رؤوس أموال ضخمة و يستغرق مدة طويلة في الإنجاز في مرحلة المردودية¹.

ثانيا: الإجراءات المتخذة لتشجيع الاستثمار السياحي

يجب اتخاذ عدة اجراءات من أجل تشجيع الاستثمار و دفعه الى الامام من بينها مايلي:

¹ . وزارة السياحة، تصور و تطوير قطاع السياحة للعشرية 2004-2013، ص ص 20- 23 .

- الاحتفاظ بالقاعدة الإقتصادية السياحية الوطنية.
- تحسين استعمال القدرات الإنتاجية و تثمين القدرات البشرية.
- تثمين و تنمية الموارد السياحية على مستوى التراث و تسلسلها حسب صنف المنتج.
- الاستعمال العقلاني للموارد المالية المتوفرة.
- إلغاء العراقيل التي تمنع المتعاملين بدون تمييز لقانونها الأساسي من القيام بدورهم الأساسي وبصفة كاملة في تنمية القطاع السياحي.
- ضمان كل التسهيلات و الامتيازات من أجل تشجيع الاستثمار.
- توفير الموارد المالية و رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية من أجل تطوير المشاريع المنتجة مما يشجع تطور القطاع السياحي والاقتصاد الوطني بشكل عام.
- وضع مختلف الإجراءات التي تضمن التكفل بالمسؤولية التي تقع على عاتق القطاع السياحي.
- ضمان الصناديق الخاصة المستثمرة لصالح النشاط السياحي.
- تدعيم الإطار القانوني والتنظيمي الذي يمكن أن يشجع ويساعد في ترقية مختلف الاستثمارات بمختلف طبيعتها وأشكالها.
- إعداد التسهيلات، الامتيازات، الإعفاءات وتطويرها بضمن إنجاز المشاريع السياحية.
- تحديد بدقة المؤسسات المستفيدة من التسهيلات والامتيازات : فنادق، مخيمات، مطاعم، مراكز التسلية، محطات عمومية، المؤسسات الفندقية والحموية.¹

الفرع الثالث: الاستثمارات السياحية في ظل التحولات الإقتصادية

إن الاهتمام الكبير بالسياحة الوطنية كمورد هام للاقتصاد الوطني المعلن عنه منذ سنة 1999 م من طرف السلطات العليا للبلاد والمؤكد من خلال رسالة رئيس الجمهورية بمناسبة يوم 27 سبتمبر 2004 م احتفالاً باليوم العالمي للسياحة، التي أكد فيها على ضرورة الارتقاء بالقطاع السياحي إلى مصاف القطاعات الإقتصادية ذات الأولوية لما يملكه من دور مستدام في إيجاد التوازنات الاجتماعية و استمرارها، خاصة أن الجزائر تدفعها إدارة كبيرة في أن تكون طرفاً فاعلاً في السياحة العالمية أخذاً و عطاءً. و قد تم ترجمة ذلك فعلياً على مستوى برنامج الحكومة، يعتبر إشارة واضحة لدعم تنمية و ترقية السياحة الوطنية قصد إدماجها ضمن السوق السياحية الدولية.

في هذا الصدد أوليت أهمية كبرى لتشجيع الاستثمار السياحي بترقيته و تطويره من خلال توفير مناخ ملائم ومحفز يتماشى مع متطلبات السياحة الدولية الراقية، فالأهداف المسطرة تنحصر في حل المعضلات الكبرى التي تواجه القطاع و المتمثلة في:

- رفع و تجديد سعة الإيواء في البرنامج السياحي ، تنويعها و زيادة قدرات الإنتاج الحرفي.

¹. علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001/2000، ص 87.

- تحسين نوعية الخدمات السياحية.

- تثمين الموارد البشرية و دعم الاحترافية.

- ترقية صورة و منتوجات الجزائر السياحية و تسويقها في الأسواق الخارجية.

أولاً: البيئة الاستثمارية في الجزائر

حرصا منها على تطوير مناخ الاستثمار تبذل الجزائر جهودا واسعة من أجل تحقيق الاستقرار السياسي، الاجتماعي والاقتصادي، كما تعمل على زيادة حصتها من التدفقات الاستثمارية الدولية ، من خلال تعميق الإصلاحات الاقتصادية ، المالية وكذا ترقية أداء أجهزة تشجيع الاستثمار، بالإضافة إلى الجهود المبذولة في مجال تطوير الإطار التشريعي و التحديث الإداري، التنظيمي و تنمية الموارد البشرية. و تعتبر السياحة من بين القطاعات التي تعول عليها الدولة في تحقيق التنمية الاقتصادية فسارعت إلى الاهتمام بتحسين مناخ الاستثمار، إبراز فرصه في هذا المجال و سن قوانين تنظم و تؤطر القطاع.

ثانياً: مناخ الاستثمار في الجزائر

يعود نجاح ونمو أي دولة إلى عدة متغيرات تتمثل في امتلاكها لمقومات ، موارد مالية ، تكنولوجية من جهة ومدى ملائمة عوامل معطيات البيئة المحلية للبلد لنجاح العملية الاستثمارية من جهة أخرى، وتبذل الجزائر جهودا كبيرة لتحسين و تطوير مناخ الاستثمار في القطاع السياحي ، ذلك من خلال إصدار قوانين خاصة بالسياحة، و القيام بعملية التهيئة لمناطق التوسع السياحي لتكون صالحة لاستقبال المستثمرين إلى غير ذلك من الأعمال.

ثالثاً: أسباب الاستثمار في المجال السياحي في الجزائر

يمثل الاستثمار في السياحة فرصة كبيرة للربح الذي يسعى إليه كل مستثمر، يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها كون الجزائر تزخر بثروات سياحية هامة إذا ما استغلت بالطريقة المناسبة تصبح قطبا سياحيا عالميا، إضافة إلى جملة من الأسباب تتمثل في:

- تعدد و تنوع مناطق الجزائر و مناظرها المختلفة مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية.

- مناخات متجانسة و متكاملة، معالم تمكن من قضاء موسم سياحي بـ12 شهرا في السنة.

- ثروات طبيعية و تاريخية مميزة، كذلك تراث ثقافي متنوع مختلف باختلاف المناطق.

- كون الجزائر مقصدا غير معروف سياحيا يجعلها اتجاها جديدا للسياحة الدولية.

- الطلبات السياحية الداخلية هامة نوعا ما مما يستدعي النظر فيها لتلبية رغبات وطلبات المواطنين.

- كل أنواع السياحة يمكن أن تمارس: سياحة شاطئية، سياحة دوائية، صيد، سباقات الرالي ، سياحة

المسافات الطويلة، سياحة صحية، مراكز معدنية، سياحة ثقافية و رياضية، التداوي بمياه البحر، سياحة المعالم الأثرية و التهوية.

- تشريع قوانين محفزة للمستثمرين.

- اعتبار قطاع السياحة من طرف الدولة كقطاع له أولوية مما سيضمن مزايا و ضمانات هامة.

- كما أن الجزائر تمتلك مجموعة من المطاعم الفريدة من نوعها تقدم تشكيلة من المأكولات المحلية التي تمثل مختلف الأقاليم وتقدم الأطباق العالمية المعروفة، وغياب الرقابة لعدة سنوات أدى إلى تراجع مستوى خدماتها لذا يكون من الأجدى ضخ استثمارات لتأهيلها و إنشاء مشاريع جديدة في هذا الاختصاص. تحتاج الجزائر استثمارات في مجال النقل الداخلي والخارجي ، وكالات، مكاتب للسفر و السياحة، هو مجال يكمل البنية السياحية ويخدم أهدافها، بالإضافة إلى استثمارات في مرافق الترفيه السياحي من مراكز تسلية ، مدن ألعاب، ملاعب رياضية و غيرها.¹

المطلب الثاني: التنمية الاقتصادية السياحية

من الطبيعي أن تبرز اختلافات فيما بين الاقتصاديين والكتاب في تحديد مفهوم التنمية، فكل ينظر لها بمنظاره الخاص وفي ضوء فلسفته السياسية، خلفياته الفكرية و لقد تطور مفهوم التنمية عبر الزمن، توسعت مضامينه وتعددت أبعاده.

الفرع الاول: ماهية التنمية

أولاً: مفهوم التنمية

رغم أن التنمية تعتبر ظاهرة اجتماعية نشأت مع نشأة البشر المستقر إنتاجا، ارتقاء و علاقات، اتخذ مفهومها صورا محددة في سباق الحضارة المعاصرة، إلا أن دراسات التنمية لم تأخذ أهمية كبيرة في الأبحاث و التدريس إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث لم يستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره بصورة أولية في عصر الاقتصادي البريطاني البارز "آدم سميث" في الربع الأخير من القرن 18 م حتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استخدمتا للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع هما:

- التقدم المالي : Progress Material

- التقدم الاقتصادي: Economic Progress

وهي عملية اجتماعية، ثقافية، سياسية و إدارية ليست محض إنجازات اقتصادية، هي شيء ضروري هام لكل مجتمع إنساني، و هي عملية شاملة تضرب جذورها في مختلف جوانب الحياة و تنتقل بالمجتمع إلى مرحلة جديدة من التقدم.

يتضح الاختلاف بين مفهوم التنمية في اللغة العربية عنه في اللغة الانجليزية، حيث يشترك لفظ "التنمية" من "تمى" بمعنى الزيادة و الانتشار، أما لفظ "النمو" من نما، ينمو، نماء فإنه يعني الزيادة ومنه ينمو نموا. وإذا كان لفظ النمو أقرب إلى الاشتقاق العربي الصحيح، فإن إطلاق هذا اللفظ على المفهوم الأوروبي يشوه اللفظ العربي، فالنماء يعني أن الشيء يزيد حالا بعد حال من نفسه، لا بالإضافة إليه.

طبعا لهذه الدلالات لمفهوم التنمية، فإنه لا يعد مطابقا للمفهوم الانجليزي "Développement" الذي يعني التغيير الجذري للنظام القائم، استبداله بنظام آخر أكثر كفاءة و قدرة على تحقيق الأهداف، ذلك وفق رؤية

¹. حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص ص 188-208.

المخطط الإقتصادي (الخارجي غالبا) ، و ليس وفق رؤية جماهير الشعب، ثقافتها ومصالحها الوطنية بالضرورة.¹

المفهوم الشامل للتنمية:

في عام 1996 م أعلن البنك الدولي مبادرة الإطار الشامل للتنمية، تتضمن هذه المبادرة بلورة إطار كلي يتكامل فيه الجانب الإقتصادي و المالي الكلي مع الهيكل الاجتماعي و البشري. ينظر البنك الدولي للتنمية على أنها عملية تحويل المجتمع من العلاقات التقليدية و طرق الإنتاج التقليدية إلى طرق أكثر حداثة. كما يرى البنك أنه لن يتيسر إنجاز هذه التنمية إلا إذا شملت التنمية تحسين مستويات الحياة كالصحة، التعليم ، تخفيف الفقر و اضطراد التنمية.¹

ثانيا: خصائص التنمية

إن التنمية لها طبيعة تميزها و تبرزها حتى تؤدي الهدف المقصود منها، من أبرز ملامح هذه الطبيعة أنها:
أ- ظاهرة إنسانية: فالتنمية تقوم على الإنسان باعتباره العنصر الأساسي في عملية التطور و التقدم، إذ لا يمكن أن يكون هناك تنمية بدون تدخل الإنسان، فمنذ وجد الإنسان على وجه الأرض وهو يسعى إلى أن يطور من إمكانياته الذاتية و يجعلها قادرة على استيعاب ما حوله و إعادة صياغة، تلك الإمكانيات في قوة دافعة نحو التغيير، ولقد إستطاع أن يحقق نجاحا بارزا في ذلك مما سهل له الإستفادة الكبيرة من الطبيعة فطور التعامل معها بأدوات كانت هي الأسبق والأسرع في كثير من الحالات، و ذلك الطبيعة وأخضعها لتكون إحدى العناصر المؤثرة في التطور و التقدم الإنساني.

ب- ظاهرة دينية: لا شك أن التصور السائد حاليا عند بعض المثقفين حول موقف الدين من التنمية جاءت به الأديان السماوية جميعا، والتي ختمت بالإسلام من أجل سعادة الإنسان وحياته الكريمة لا في الآخرة وحدها بل في الدنيا قبل ذلك.

ولذا فإن مما يهدف إليه الدين هو دفع الإنسان لكي يجعل من إيمانه واعتقاده منطلقا نحو سعيه في الحياة وبنائه لها وفق قواعد وأسس سليمة تقوم على الفضائل، الأخلاق، المساواة و العدالة، بل إننا نكاد نلمس ذلك في كثير من العقائد و المبادئ الإنسانية (غير الدينية).

ولذا فإن ما يسود من تصور خاطئ عند بعض المثقفين من أن الدين يعد عائقا للتنمية أو التطور، إنما هو تصور خاطئ سببه موقف فكري أو سياسي أو عدم فهم لحقيقة الدين وأهدافه، وعجز عن استيعاب ذلك بروح علمية منفتحة مستثمرة جميع العناصر و المؤثرات لدفع الإنسان نحو التنمية، ويعتبر الدين أحد هذه العناصر المؤثرة، حيث أن الإسلام باعتباره خاتم الأديان جاء بروح قوية تدفع الإنسان إلى أن يفكر فيما حوله ويستثمر ما منحه الله من قدرات ذاتية أو من الطبيعة، و إن يجعل منها فكرة ملازمة لإيمان الإنسان

¹ جمال حلاوة و علي صالح، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص ص 19-21.
¹ مدحت القرشي، التنمية الإقتصادية، نظريات و سياسات و موضوعات، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 130.

بدينه وبربه، يقول الله تعالى: «أفلم يسيروا في الأرض فتكون لهم قلوب يعقلون بها أو آذان يسمعون بها، فإنها لا تعمى الأبصار ولكن تعنى القلوب التي في الصدور». سورة الحج آية 46.

إذا كان الإسلام يجعل من التنمية واجبا على المسلمين فإن رؤيته للتعليم لا تقل عن ذلك، بل يعتبر الدين الإسلامي أحد العناصر المؤثرة في التعليم حيث اهتم الإسلام بالتعليم و التعلم وحض عليه بل وإن أول كلمة نزلت في القرآن الكريم كانت كلمة "اقرأ" للدلالة على أهمية العلم والقراءة وجعل العلم طريقا للإيمان بقوله تعالى: «إنما يخشى الله من عباده العلماء».

وهكذا يجد المنتبع للجانب العلمي و التعليمي في الحياة الإسلامية صورا واضحة لاهتمام الإسلام بالعلم والعلماء، مما يعد مؤثرا إيجابيا يدفع بالمسلمين إلى إعطاء العلم و التعلم جانبا كبيرا من اهتمامهم حتى يكون ذلك دافعا لهم لتنمية أوطانهم.

ت- ظاهرة تاريخية مستمرة: فالتنمية متلازمة مع حركة التاريخ ترتفع تارة وتنحط أخرى وفقا للظروف البيئية، التاريخية و الزمنية التي تمر بها، بل ارتبطت التنمية بكثير من الأطوار التاريخية التي مرت بها البشرية من التخلف والحياة البدائية إلى ظهور حاجات الإنسان وبحثه عما يلبي تلك الحاجات وما بدله من جهد أدى إلى تطور متنامي من الحياة الإنسانية، ثم تطور كذلك في استخدام المعطيات الطبيعية والمادية التي أسهمت فيما وصل إليه الإنسان من تقدم ورفق، ولا شك أن هناك مراحل برزت فيها روح التطور والتنمية بصورة أوضح من غيرها، فالقرن الرابع للهجري أو ما يقاربه من القرن 10 م يعد أحد هذه المراحل حيث شهد تطورا في مختلف جوانب الحياة برزت من خلاله الإبداعات العلمية و الفكرية التي أسهمت في وضع اللبنة الأولى للتطور العلمي في العصور التالية ، فخلال ذلك القرن برز العلماء والمفكرون المسلمون كرواد للحضارة الإنسانية ، ومن خلال إسهامهم العلمي والفكري انطلقت حركة البحث العلمي و التقدم الحضاري ، وجاءت الثورة الصناعية واكتشاف الآلة البخارية وغيرها كإحدى المراحل التي برزت في التاريخ باعتبارها مؤثرا على ما وصل إليه الإنسان في تلك المرحلة، وما زال عصر غزو الفضاء و الاتصالات ، الكمبيوتر و العلمانية، يسجل يوما بعد يوم وقائع معاصرة ستصبح في يوم ما حلقة متصلة مع غيرها من الحلقات التاريخية التي عرفت البشرية من خلالها استمرارها مرتبطة بصورة مباشرة بمدى ما تصل إليه من تقدم و تنمية .

ث- ظاهرة اجتماعية: إن التنمية باعتبارها مرتبطة بحياة الإنسان وتطورها، وهي عبارة عن عمليات تغيير اجتماعي تلحق بالبناء الاجتماعي و وظائفه، بغرض إشباع الحاجات الاجتماعية للأفراد، ولما كان هذا التغيير الاجتماعي ينصب على كل تغيير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الوظيفي، أو في نظمه الاجتماعية، أو في أنماط العلاقات الاجتماعية، أو القيم و المعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد التي تحدد مكاناتهم و أدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها فإن التنمية الاجتماعية تنصب على كل هذه الجوانب، كما تتناول مختلف المشكلات المتصلة بالتغيير الاجتماعي كالفوارق الكبيرة في مستويات المعيشة بين الأغنياء، الفقراء، الإصلاح الزراعي، المشكلات العمالية، مشكلات الهجرة من الريف إلى الحضر ومشكلات التغيير الاجتماعي السريع .

لذلك تعد التنمية ذات بعد اجتماعي يمتد إلى جميع جوانب المجتمع مؤثرة، مغيرة وتتلازم التنمية والتغير الاجتماعي تلازما مضطربا، فكلما اتجه المجتمع نحو التغيير و التطور، كلما أدى ذلك إلى سرعة في التنمية، والعكس صحيح أيضا، فكلما كانت برامج التنمية مؤثرة في المجتمع كلما أدى ذلك إلى تطوره و تغييره

ج- ظاهرة اقتصادية: فقد ارتبط مفهوم التنمية في كثير من الحالات بالتنمية الاقتصادية باعتبارها أوضح صور التنمية، إذ يعرفها الاقتصاديون بأنها " عملية زيادة الدخل القومي الحقيقي واضطراد هذه الزيادة خلال فترة زمنية طويلة بحيث تكون هذه الزيادة أكبر من زيادة عدد السكان"، إلا أن التنمية في ذاتها تعد ظاهرة اقتصادية لما للاقتصاد من تأثير واضح في مدى تقدم برامج وخطط التنمية إذ لا يمكن تنفيذ برامج متقدمة في ظل ظروف أهمها:

- اقتصاد متخلف يعاني من الركود
- تدني مستوى دخل الفرد
- ندرة الموارد الاقتصادية
- تخلف في وسائل الإنتاج

يلاحظ ذلك في برامج التنمية التي تقوم بها الدول النامية ذات المستوى الاقتصادي المتوسط أو المتدني حيث تكون هذه البرامج محدودة و قاصرة عن تحقيق متطلبات التنمية الشاملة في تلك الدول، بينما نجد الدول الصناعية أو ذات المستوى الاقتصادي العالي تنفذ برامج تنموية متقدمة وخلال فترة وجيزة.

ح- ظاهرة كلية: أي أن التنمية هي ظاهرة شاملة كلية تلاحظ في شتى جوانب الحياة، خلافا لما ذهب إليه بعض الاقتصاديين و علماء المجتمع من احتمالية أن تكون التنمية ظاهرة جزئية تهتم بتطوير جانب محدد من المجتمع و تنميته، إذ يعدون التنمية الاقتصادية أو الاجتماعية هي التنمية الحقيقية التي قد تؤدي إلى تطور المجتمع مستدلين على ذلك ببعض التجارب، إلا أن الواقع يشير إلى أن التنمية الجزئية على أنها تنمية قاصرة بل قد تؤدي إلى خلل في عناصر التنمية ومكوناتها.

ولذا لا بد من فهم التنمية بأنها عملية تشترك فيها كافة المتغيرات و المؤثرات التي يتكون منها المجتمع، إذ لا يمكن إحداث تنمية مع إهمال جانب من جوانب المجتمع.

ويقول البعض أن " التنمية كعملية كلية لا ترفض أساليب التعامل الجزئي أو القطاعي إذا ما انتهت في النهاية إلى كلية معينة، بل على العكس فإنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل تخيل سير عملية التنمية ضمن قاعدة النمو المتوازن التي يروج لها في كل القطاعات مرة واحدة، إلا أنه من الطبيعي جدا أن يتم تنظيم العمل بالأسلوب العلمي بحيث يتم تقسيمه حسب نظام محدد للأولويات، و بشرط أن ينتهي إلى كلية واحدة".¹

الفرع الثاني: التنمية الاقتصادية، أهميتها وعناصرها

¹ جمال حلاوة و علي صالح، مرجع سابق، ص ص 59- 65 .

أولاً: مفهوم التنمية الاقتصادية

ما زالت نظرية التنمية الاقتصادية غير محددة الجوانب و معظم الآراء و الأفكار التي تناقشها لم تتفق على اتجاه معين، واختلفت وجهات النظر بين الاقتصاديين، وقد أثار تعريف التنمية الاقتصادية مثلما أثار تعريف التخلف الاقتصادي و الاجتماعي جدلاً نظرياً كبيراً بين الباحثين بصفة عامة، كما ترتب عليه اختلاف وجهات النظر بصفة خاصة بين الاقتصاديين والرأسماليين، والاقتصاديين الاشتراكيين، واقتصادي العالم الثالث و كذلك في الفكر الاقتصادي الإسلامي .

فيمكن تعريف التنمية حسب الفكر الاقتصادي الرأسمالي كما يلي:

" أن التنمية هي العملية التي يزداد فيها الدخل القومي الحقيقي لمجتمع معين "الناتج القومي" خلال فترة زمنية معينة عادة عام على أن يكون معدل النمو الاقتصادي المحقق أي معدل نمو الدخل أكبر من معدل نمو السكان"

و هناك بعض الاقتصاديين الذين ينظرون إلى التنمية الاقتصادية على أنها دخول الاقتصاد القومي الذاتي مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي، أما مرحلة الانطلاق فهي المرحلة التي يكتسب فيها الاقتصاد القومي مقومات النمو الذاتي.

وعرفها اقتصاديو الفكر الاشتراكي من بينهم "كارل ماركس" وهو أول من وضع الخطوط العريضة لهذه الفكرة فبدأ بتحليل علمي للنظام الرأسمالي باعتباره نظاماً رجعيًا بالياً لا يلائم التطور البناء، إنما هو نظام لا يمكن أن تتحقق في ظله التنمية الاقتصادية لجماهير الشعب، ومن هنا تصبح الخطوة المنطقية في التنمية عند "ماركس" هي في " القضاء على هذا النظام ثم التحول بعد ذلك إلى الاشتراكية باعتبارها النظام الاقتصادي، الاجتماعي و السياسي الأمثل والكفيل بجعل صرح التنمية الاقتصادية متيناً وعالياً".

أما " لينين" عندما يناقش مفهوم التنمية الاقتصادية يعطيه مضموناً فلسفياً أيديولوجياً فعنده "النظام الرأسمالي ليس هو بالقطع الذي تتحقق التنمية الاقتصادية في ظله لأن التنمية كما يقول : هي الثروة التكنولوجية الاجتماعية القائمة على العلم، بالذات العلوم الطبيعية".

وتعرف التنمية في الفكر الاقتصادي الإسلامي على أنها تعتمد على الأسس الفلسفية و الخصائص التي يتميز بها الاقتصاد في الإسلام و التي تتمثل في "أن النشاط الاقتصادي نشاط تعبدى غير محايد، فضلاً عن الرقابة الذاتية، و أن الإسلام يهتم بتنمية طاقات الإنسان الروحية و التعبدية، مما يجعله قادراً على الاستمتاع بصورة أفضل مهما كان قدر الإشباع الذي يحققه، الأمر الذي يساعد على تخفيف حدة المشكلة الاقتصادية"

انطلاقاً من هذه الخصائص للاقتصاد الإسلامي، هناك نظرة أو مفهوماً للتنمية تتمثل في النقاط التالية:

- يتوجب الوعي منذ البداية أن القرآن الكريم كتاب عقيدة و شريعة، و هو يحتوي على بعض الأفكار الاقتصادية و الاجتماعية إنما يكون من صنع الإنسان على ضوء هذه الأفكار الاقتصادية، ومن ثم فإن صياغة نظرية للإنتاج، التنمية الاقتصادية و الاجتماعية إنما يكون من صنع الإنسان على ضوء هذه الأفكار.

- إن التنمية الاقتصادية في الإسلام هي تنمية اجتماعية في نفس الوقت وهي فرض على الفرد ، المجتمع و الدولة معاً، و في ذلك يقول الله تعالى «هو الذي جعل لكم الأرض ذلولا فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور».

- يستمد مضمون التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الإسلام من لفظ العمارة أو التعمير وفي ذلك يقول الله تعالى: «هو أنشأكم من الأرض واستعمركم فيها» وطلب الله هنا مطلق، ومن ثم يكون على سبيل الوجوب.

- تأمر الشريعة الإسلامية بممارسة النشاطات النافعة و تصفها بأنها حلال، و تنهى عن ممارسة النشاطات الضارة تلك التي توصف بأنها حرام، من هنا فإن الإسلام يضع القواعد الأساسية في مجالات التنمية و التوزيع مسترشدا بقاعدة الحلال والحرام.

- إن الهدف من عملية التنمية الاقتصادية في الإسلام ليس مجرد زيادة تيار السلع المادية لإشباع الحاجات المختلفة، إنما تعتبر هذه الغاية في حد ذاتها وسيلة لهدف آخر هو تحقيق العبودية لله و إعمار الأرض.

- إن عمارة الأرض أي تنميتها على هذا الأساس لا تكون إلا من منظور شامل سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي وهو ما يشير إلى شمولية عملية التنمية في الإطار الإسلامي.

- إن مفهوم التنمية الكاملة في الإسلام ينسب إلى التوزيع العادل لثمار هذه التنمية بحيث ينال كل فرد جزاء عمله بعد توفير حد الكفاية لكل فرد في المجتمع الإسلامي و حرص على التكافل الاجتماعي أخذ الإسلام بوسائل لتحقيق العدالة في توزيع الدخل والثروة منها "الزكاة و نظام الميراث، الإنفاق بأنواعه".¹

ثانيا: أهمية التنمية الاقتصادية

لا يقف هدف التنمية عند البعد الاقتصادي، بل يتعداه إلى البعد المعنوي الذي يتضمن استخدام المعايير الاجتماعية السائدة في أي مجتمع و ذلك بتحرير الإنسان من الفقر، الجهل و المرض بزيادة إنتاج السلع و الخدمات القادرة على اشباع الحاجات الأساسية بما يكفل توفر فرص قدرة الحصول عليها للأفراد لرفع مستوى الحياة البشرية و إطلاق طاقات الإبداع و العطاء مما يحقق للفرد كرامته الإنسانية دون استغلال الآخرين

وتوفير أفضل الفرص بإطلاق طاقات الأفراد و يرتبط هذا بتحرير المجتمع كله من الاستغلال، وتحرير الاقتصاد من التبعية لتوسيع مجالات تعدد الخيارات أمام المجتمع و الانتفاع بكافة القدرات.²

وهناك أمر على قدر كبير من الأهمية والذي يتمثل في ضرورة التمييز بين التنمية وتحقيقها ، و بين ما يفترض أنه ما يمثل هدفها النهائي وهو تحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي وتحسين كافة نواحي الحياة لكل أفراد المجتمع إذ قد لا يتطابق العمل من أجل تحقيق التنمية بالضرورة وتحقيق حياة أفضل من الرفاه الاقتصادي والاجتماعي دائما وذلك لارتباط هذا الأمر الهام جدا بجوانب عديدة من أهمها :

*نمط توزيع الدخل.

¹ جمال حلاوة و علي صالح، مرجع سابق، ص ص 161-171

² نزار سعد الدين العيسى و إبراهيم سليمان قطف ، الاقتصاد الكلي مبادئ و تطبيقات ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، 2006، ص 315.

*تركيب الإنتاج.

*ظروف العمل.

*الأذواق.

*الكلفة الاجتماعية.³

ثالثا: عناصر التنمية الاقتصادية

إن مفهوم التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة لا بد أن يستند إلى إحداث تغييرات أساسية وجذرية في الهيكل الاقتصادي المتخلف، وأن ذلك لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال استراتيجية عامة للتطوير الاقتصادي والاجتماعي.

وبعبارة أخرى فعن عملية التنمية تعني الانتقال من الوضع الاقتصادي والاجتماعي المتخلف إلى الوضع المتطور، وهذا يقتضي تغييرا جذريا وجوهريا في أساليب الإنتاج المستخدمة، وكذلك في البناء العلوي (الاجتماعي، السياسي والثقافي) للمجتمع، وقبل استعراض عناصر التنمية هناك بعض الملاحظات الأساسية التي تجدر الإشارة إليها وهي:

- التنمية الاقتصادية هي عملية اجتماعية يترتب عليها تغيير الوضع الاجتماعي برمته فإذا كان التخلف له أبعاده المتعددة من اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، عملية و سياسية، فإن عملية التنمية هي تغيير الأبعاد كلها وليس بعدا واحدا فقط، فزيادة متوسط دخل الفرد نتيجة اكتشاف ثروة طبيعة جديدة دون أن يصاحب ذلك تغييرا في البنيان الاجتماعي، الاقتصادي و الثقافي لا تعتبر تنمية على الإطلاق طالما بقيت خصائص التخلف.

- لا يمكن القول أن الاقتصاد القومي قد دخل مرحلة التنمية الاقتصادية إلا إذا أصبحت هي الشغل الشاغل ومحور عمل و اهتمام كافة أفراد المجتمع، بأن يكون في داخل المجتمع تلك القوى القادرة على اجتياح كافة العقبات وعلى دفع الاقتصاد نحو التطور و التقدم، أي تتكون لدى المجتمع قوى النمو الذاتي المستمر، و الاتجاه المنتظم في ارتفاع مستويات الإنتاجية.

- يجب التفرقة بين التنمية الاقتصادية و مفهوم التحضر الغربي، ذلك أن اكتساب بعض سمات الحضارة الغربية قد يتم دون أن يكون هناك تنمية اقتصادية فعلية، فإتباع أسلوب الحياة الغربي بما يتضمنه من نمط المعيشة و السلوك و استهلاك أحدث ما وصلت إليه منتجات الصناعة الأوروبية لا يعني التنمية الاقتصادية، فهذه الأخيرة تعني التغيير الجذري في طريقة الإنتاج السائدة لما يتطلب ذلك من تغيير في الأبعاد المختلفة للبنيان الاجتماعي، و هذا الخط بين مفهوم التنمية و بين التحضر الغربي قد يؤدي بالمجتمع إلى أن يصبح مجتمعا متقدما كمستهلك للسلع والخدمات دون أن تتوفر لديه الإمكانيات ليتحول إلى مجتمع متقدم من الناحية الإنتاجية فحول كاليابان، الصين و كوريا مارست و حققت تنمية اقتصادية و اجتماعية، بينما دول كالكويت، الإمارات العربية و السعودية تمارس نوعا من اكتساب مظاهر التحضر الغربي.

³ فليح حسن خلف، الاقتصاد الكلي، جدار للكتاب العالمي للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 463،464.

- إن توفر حد أدنى من الاستثمار و رفع معدل التراكم أمر ضروري و ليس كافياً، إذ يتعين أن يكون مصحوباً بتغيير جذري في أساليب الإنتاج المستخدمة و في البنيان الاجتماعي و الثقافي، أي في القضاء على الاختلالات الهيكلية غير أنه إذا أريد لها النجاح في تدعيم أسلوب الإنتاج الجديد فإنها تتطلب خلق إطار ملائم لنجاحها، أي إجراء تغييرات أساسية لتمهد لها و تدفع إلى نجاحها.

- يجب أن تكون عناصر عملية التنمية الاقتصادية مصاحبة و متلازمة، أي يتم تحقيقها جميعاً وفي نفس الوقت، حيث يتم التغيير و العمل في كافة الجوانب (اجتماعية عملية، اقتصادية، سياسية و ثقافية... إلخ). ويرجع ذلك إلى خاصية هامة تميز الظواهر الاجتماعية و الاقتصادية هي ارتباطها ببعضها البعض و الاعتماد المتبادل بينها، ذلك أن التغييرات السياسية، الاجتماعية و العلمية على سبيل المثال سوف تدفع وتدعم التصنيع كما أن عملية التصنيع سوف تؤثر بدورها في البنيان الاجتماعي والسياسي وتدعم البحث العلمي والقدرة على اكتساب وخلق التكنولوجيا.

بعد هذه الملاحظات فإن معظم الاقتصاديين يحضرون عناصر عملية التنمية في العناصر الأربعة التالية:

- خلق الإطار الملائم لعملية التنمية.
- توافر الاستثمارات الكافية وارتفاع مستوى التراكم.
- القضاء على أو تصحيح الاختلالات الهيكلية عن طريق التصنيع.
- اختيار الأسلوب الملائم لتحقيق التنمية (جهاز السوق أم أسلوب التخطيط).¹

رابعاً: أنواع التنمية الاقتصادية

هناك عدة أنواع للتنمية من بينها:

أ- **التنمية الاقتصادية:** هي عملية يزداد بواسطتها الدخل الوطني و لا يمكن أن تتم في إطار نمط إنتاج محدد حيث تحدد القوانين الاقتصادية لهذا النمط خطواته لإنجاز مهامه ولأنها مرتبطة بالإنسان فهي تحتاج إلى معطيات بشرية، سياسية و طبيعية مختلفة.

ب- **التنمية الاجتماعية:** هي الجهود التي تبذل لإحداث سلسلة من المتغيرات الوظيفية و الهيكلية اللازمة لنمو المجتمع و ذلك بزيادة قدرة أفرادها على استغلال قدر من الحرية و الرفاهية لهؤلاء الأفراد بأسرع من معدل النمو الطبيعي.

ت- **التنمية البشرية:** عرف تقرير الأمم المتحدة التنمية البشرية عام 1990 م أنها " عملية توسيع نطاق خيارات البشر، والدخل هو أحد تلك الخيارات لكنه ليس الخيار الوحيد إذ أن التنمية تعني أن يتمتع الناس بحياة طويلة صحية و خلاقية".²

ث- **التنمية المستقلة:** هي اعتماد المجتمع على نفسه وتطوير قدرات أفرادها مع إعطاء الأولوية لتعبئة الموارد المحلية وتصنيع المعدات الإنتاجية وبناء قاعدة علمية وتكنولوجية محلية بكل مقتضياتها.³

¹ جمال حلاوة و علي صالح، مرجع سابق، ص 171-173.

² علي العطار، التنمية الاقتصادية و البشرية، دار العلوم العربية، بيروت، لبنان، 2005، ص 103، 108.

³ مدحت القرشي، مرجع سابق، ص 129.

ج- التنمية المستدامة: هي التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بحقوق الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهم.⁴

خامسا: أهداف التنمية الإقتصادية

مما لا شك فيه أن أهداف التنمية الإقتصادية قد تختلف من بلد إلى آخر ومن فترة لأخرى للبلد الواحد نظرا لاختلاف الظروف الإقتصادية ، الاجتماعية و السياسية بين الدول المختلفة، ومع ذلك فإن هناك أهداف مشتركة تسعى إليها جميع الدول ومن أهداف التنمية الإقتصادية نذكر ما يلي:

- زيادة الدخل القومي الحقيقي.
- رفع المستوى المعيشي لأفراد المجتمع.
- تقليل التفاوت في الدخل والثروات.
- إجراء تغييرات جذرية في بنية الاقتصاد القومي.
- القضاء على كل أشكال التخلف.¹
- تحقيق السيادة والاستقلال الإقتصادي.
- زيادة الرفاهية الإقتصادية للفرد.
- الانفتاح على العالم الخارجي.
- الاكتفاء الذاتي عن العالم الخارجي.
- رفع المستوى الاجتماعي، الثقافي و الصحي و حل المشكلات الناجمة عن التخلف و تهيئة فرص جديدة للعمل للأفراد و المجتمع.
- تذويب الفوارق بين طبقات المجتمع بهدف القضاء على الصراع بينهما عن طريق تهيئة الفرص المتكافئة.²

الفرع الثالث: دور السياحة في قضايا التنمية

رغم تباين الآثار الإقتصادية، الاجتماعية و السياسية لصناعة السياحة بتباين أنواعها، و أنشطتها المختلفة إلا أن الدلائل العملية و تجارب الدول تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل وقد ترجم الاهتمام الشديد بقطاع السياحة في الكثير من دول العالم في شكل تشجيع الاستثمارات الأجنبية و إعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص بمزاولة العديد من الأنشطة

و إنشاء المشروعات السياحية، هذا بالإضافة إلى التسهيلات المتنوعة كالإعفاءات الضريبية و الجمركية على واردات قطاع السياحة و السماح بتحويل أرباح الشركات الأجنبية أو دخول العاملين فيها خاصة الأجانب،

⁴ رواء زكي يونس الطويل، التنمية المستدامة و الأمن الإقتصادي، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص 79.

¹ محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الإقتصاد الكلي، دار الميسرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص 303، 302.

² و داد أحمد كيكسو، العولمة و التنمية الإقتصادية، دار الفارس للنشر و التوزيع، الأردن، 2002، ص 108، 109.

مساهمة الدول في تكاليف إنشاء الخدمات اللازمة للمشروعات السياحية كتمهيد الطرق و إنشاء الشبكات الخاصة بالمياه، الكهرباء، الاتصالات السلكية و غيرها.

أولاً: دور السياحة في تطوير الإقتصاد القومي وتنميته

تستطيع السياحة أن تلعب دورها في تنمية الإقتصاد العام في الدولة، يجب أن يكون هناك تناسق بين صناعة السياحة و النشاطات الإقتصادية ، فقد كانت معظم الدول تعتبر أن تنميتها تعتمد على تقوية وتدعيم الصناعات من ثقيلة و خفيفة على حساب الزراعة و الاستهلاك الفردي، إلا أن هذا لم يحقق للدول التي اتبعت هذا الأسلوب التطور المطلوب و المنشود لأنها أهملت دور السياحة الذي يمكن أن تلعبه في ميدان التنمية وخاصة الإقتصاد العام وعلى هذا الأساس يمكننا إيجاز الدور الذي يمكن للسياحة أن تقدمه للإقتصاد القومي في سبيل تدعيمه وإيمائه في الأمور التالية:

- في الدول النامية كما هو متفق عليه، ثروات طبيعية، و تراث تاريخي، حضاري و مميزات مناخية، فمن الواجب استغلال هذه الموارد الطبيعية بتصرف السياحة، والإعلام عنها والدعاية لها لاجتذاب السياح، لأنه بدون استغلال هذه الموارد سياحياً تبقى الاستفادة منها محدودة إن لم نقل معدومة ومن هنا يأتي موضوع استثمار رؤوس الأموال لأن بناء صناعة سياحية ناجحة يتطلب استثمارات كبيرة لبناء المؤسسات السياحية المختلفة والتجهيزات اللازمة لها، بالإضافة إلى التجهيزات اللازمة لإنماء صناعة السياحة كالمطارات والطرق الحديثة والمواصلات المريحة.

- إن الحاجات الأساسية لصناعة السياحة متوفرة بأسعار أقل في البلدان النامية، لأن الأجور قليلة، وهذا ما شرحناه سابقاً، وقلنا إن ذلك يمكن هذه البلدان من دخول المنافسة في السوق السياحي العالمي.

- من حيث ميزان المدفوعات نرى أن العلاقة بين السياحة والإقتصاد القومي من قبل منظمي موازين المدفوعات الذين اتجه اهتمامهم إلى ما يحمله السياح الذين يزورون الجزائر، والدول العربية، هم من رعايا الدول الأوروبية وأمريكا، أي من رعايا الدول الصناعية التي تمد إلى حد كبير بلادنا ببعض متطلباتها من السلع الإنتاجية، وأكثر الدول العربية لا يتوافر لديها غالباً المبالغ النقدية الكافية من العملات الصعبة، فتكون النقود التي يستبدلها السياح بعملاتنا الوطنية أحد المصادر المهمة لتوفير العملات الصعبة وهذا بدوره يساعد على تعويض النقص في صادرات البضائع والسلع كما أن طبيعة إنفاق السياح الأجانب تساند عملية الإنماء الإقتصادي لأن ما يصرفه السياح يعتبر زيادات طارئة على القوة الشرائية المتوافرة في البلاد وعاملاً يساعد على توسيع السوق المحلية، لأن مصاريف السياح موجهة غالباً إلى شراء السلع والخدمات المنتجة محلياً، وهذا ما يفيد الإقتصاد القومي، لأنه يؤدي إلى ازدياد الدخل، ومن ثم ازدياد الإنفاق ويجب ألا ننسى الفوائد الاجتماعية من الاستثمار بالسياحة فيكون البناء السياحي متفرعاً وعملاً ويشمل عدة حقول ومنها : الزراعة، الصناعات اليدوية، التجارة المحلية والتسلية.... وهذا ما يساعد على خلق فرص أكثر للاستخدام والعمل في تلك الحقول.

- المشكلة التي تواجهها في البلاد العربية هي نزوح سكان القرى والأرياف إلى المدن حيث الصناعات والتجارة وعندما نشرع بإقامة مراكز سياحية في القرى والأماكن السياحية تصبح السياحة في تلك الأماكن

مصدرا مهما للدخل، لأنها تساعد السكان على العمل في صناعة السياحة في المناطق البعيدة عن المدن، ومن ثم على البقاء في تلك المناطق، وهذا من شأنه أن يخلق إمكانات جديدة للعمل ويرفع سعر الأراضي في مراكز الاصطياف والإنشاء...

مما تقدم يتوضح لنا دور السياحة في تطوير الاقتصاد القومي وتنميته، وأن تنمية السياحة وتعزيزها يدعم استراتيجية التنمية الاقتصادية في الجزائر والبلاد العربية بصورة خاصة وفي البلاد النامية بصورة عامة حيث أصبحت التنمية السياحية من العناصر المهمة في النهوض بالاقتصاد القومي.

ومن هنا نواجه موضوعا جديدا مهما وهو مدى مسؤولية الدولة عن عملية الإنماء السياحي وما دورها في حقل السياحة ضمن إطار مسؤولياتها عن التطوير الاقتصادي القومي الشامل.

أ- التنمية السياحية:

- تهدف التنمية السياحية إلى رفع قدرات الإنتاج السياحي خاصة عن طريق الاستثمار السياحي، مع الحرص على تثمين التراث السياحي الوطني.

- تدرج التنمية السياحية من حيث أهدافها وغاياتها ضمن السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، طبق القانون رقم 20.01 المؤرخ في 27 رمضان 1422 هـ الموافق لـ 12 ديسمبر 2001 م .

- قصد ترقية الاستثمار السياحي ورفع القدرة التنافسية للمنتوج السياحي الوطني تضع الدولة تدابير تشجيعية، لا سيما في مجال تهيئة، تسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية.¹

ب- التهيئة السياحية:

- تتم تهيئة وإنجاز المنشآت السياحية طبقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المنصوص عليها في المادتين 22-38 من القانون رقم 01-20 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 هـ الموافق لـ 12 ديسمبر 2001 .

يساهم مخطط التهيئة السياحية في:

- التنمية المنسجمة للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية وكذا الحفاظ عليها.

- إدماج الأنشطة السياحية في أدوات التهيئة الإقليم والتعمير.

- تتم التهيئة السياحية في أدوات تهيئة الإقليم والعمران.

- تكتسي عمليات التجديد وتشخيص وتثمين منابع المياه الحموية طابع المنفعة العامة وتقع هذه العمليات على عاتق الدولة.

- تتكفل الدولة بإعداد الحصيلة الحموية وتسهر على تحيينها بشكل دائم.

- يخضع استعمال واستغلال المياه الحموية لنظام الامتياز وطبقا لدفتر شروط.

تحدد شروط وكيفيات منح الامتياز عن طريق التنظيم.

¹ مولود ديدان، مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة ، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء، الجزائر، 2007، ص 144.

- تستفيد مناطق التوسع والمناطق الحموية من النظام التفضيلي المقرر في أحكام المواد من 20 إلى 24 من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 هـ الموافق لـ 20 غشت سنة 2001.²

ثانيا: دعم التنمية السياحية

تتخذ الدولة إجراءات، أعمال الدعم، تقدم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة و المستدامة للسياحة و استحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني.

كما تسعى في هذا الإطار، إلى استحداث أدوات أخرى لدعم عملية التنمية السياحية.

تهدف الإجراءات المساعدة و دعم النشاط السياحي إلى تحقيق ما يلي:

- إعطاء دفتر للنمو الإقتصادي.

- إدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور والتكيف التكنولوجي.

- تشجيع إحداث مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها.

- ترقية نشر الإعلام ذي الطابع التجاري، الإقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة.

- تشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع و هياكل الاستقبال الموجهة للسياحة.

- تشجيع القدرة التنافسية داخل القطاع.

- ترقية محيط ملائم لتحفيز روح المبادرة وتطوير السياحة.

- اعتماد سياسة تكوين، تسيير الموارد البشرية، تشجيع الاحترافية، روح الإبداع و الإنكار.

- تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات و الخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم.

- تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع السياحية.

- تشجيع بروز محيط اقتصادي، قانوني يوفر الدعم للأنشطة السياحية، يضمن شروط ترقيتها و تميمها في

إطار منسجم.

هياكل التنفيذ:

تنشأ هيئة عمومية تسمى "الوكالة الوطنية لتنمية السياحة" تسند لها مهمة تنفيذ ومتابعة عملية التنمية السياحية. تتولى في هذا الإطار على وجه الخصوص، اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية، يحدد تنظيم هذه الهيئة وكيفية تسييرها عن طريق التنظيم.¹

ثالثا: تميم الخدمات والترقية السياحية

- قصد تميم الخدمات والترقية السياحية، تشجع السلطات العمومية تطوير التكوين المخصص والملائم لمهن السياحة والأنشطة السياحية وتسهر على توسيع مجال الترقية والإعلام السياحيين.

² مولود ديدان، مرجع سابق، ص 145.

¹ مولود ديدان، مرجع سابق، ص 146.

أ- تـمـيـن الخـدـمـات السـيـاحـيـة :

يشكل تـمـيـن المـوـارد البـشـريـة المـرـتبـطـة بالمهـن والأنشـطـة السـيـاحـيـة مـحـورا لـلـتـنـمـيـة السـيـاحـيـة. وفي هـذا الشـأن تـشـجـع الدـولـة:

- الإدمـاج المـكثـف لـحـرف السـيـاحـة ضـمـن المـنـظـومـة الوـطـنـيـة لـلـتـكـوـيـن المـهـني .
- إنشـاء مـؤسـسـات تـكـوـنـيـة جـديـدة في مـخـتـلـف الشـعـب السـيـاحـيـة.
- إنشـاء مـؤسـسـات تـكـوـيـن في السـيـاحـة مـن طـرف الخـواص.
- إحـدـاث بـاكالـوريـا مـهـنـيـة في السـيـاحـة.
- فـتـح شـعـب في الإقـتـصـاد السـيـاحـي عـلى مـسـتـوى التـعـلـيـم العـالـي.

يـجـب أن تـسـتـجـيـب الخـدـمـات والأنشـطـة السـيـاحـيـة لمـقايـس النـوعـيـة والتـصـنـيـف والاسـتـغـلال المـنـصـوص عـلـيـها في التـشـريـع والتـنـظـيـم المـعـمـول بـهـما.

وفي هـذا الإطـار، يـجـب أن تـعـمـل الإـدـارـة المـكـلـفة بالسـيـاحـة بالتـنـسـيـق مـع الهـيـئـات المـعـنـيـة عـلى إـعـادـة الـاـعـتـبـار لـوـظـيـفـة رـقـابـة الأنشـطـة السـيـاحـيـة وشـرـوط مـمارسـتـها.²

ب- التـرقـيـة والإعـلام السـيـاحـي:

تـعـتـبـر تـرقـيـة سـيـاحـيـة، كل عـمـل إعـلامـي واتـصـالي مـوجـه لـتـمـيـن القـدـرات السـيـاحـيـة قـصـد اسـتـغـلالـها التـجـاري، إذ تـشـكـل التـرقـيـة السـيـاحـيـة الأـدـاءـة المـمـيـزة لـتـمـيـن التـراث، القـدـرات والمـؤهـلات السـيـاحـيـة، وتـتـضـمـن عـلى وـجـه الخـصـوص دـراسـات السـوق ، بـرـامـج الاتـصـال و تـلـجـأ إلى مـخـتـلـف أشـكـال التـسـويـق مـثـل المـعـارـض، المـنـشـورـات، وسـائـل الإعـلام المـتـخـصـصـة، التـقـنـيـات العـصـريـة في مـجال التـصـويـر، الإنـجـاز و النـشـر. كما تـعـتـبـر التـرقـيـة السـيـاحـيـة ذات مـنـفـعـة عـامـة وتـقـع عـلى عـاتـق الدـولـة.

وفي هـذا الصـدد تـحـظـى التـرقـيـة السـيـاحـيـة بـكل أشـكـال الإـعـانـة، الدـعـم مـن الدـولـة والجماعـات الإقـلـيـمـيـة.

- تـنـشـأ هـيـئـة عـمـومـيـة تـسـمـى "الديوان الوطـني للسـيـاحـيـة" تـتـولـى مـهـمـة تـأطـير التـرقـيـة السـيـاحـيـة ويـحـدـد قـانـونـها الأـسـاسـي، تـنـظـيـمـها ومـهـامـها عـن طـريـق التـنـظـيـم.

وتـسـاهـم التـرقـيـة السـيـاحـيـة الدـواوـين المـحـلـيـة لـلـسـيـاحـة والجمعيـات مـن الإـجـراءـات التـشـجـيـعـيـة الـتي مـنـحـتـها الدـولـة والجماعـات الإقـلـيـمـيـة أو الهـيـئـات المـعـنـيـة.

- يـنـشـأ بـنـك مـعـطـيـات خـاص بـالـقـطـاع السـيـاحـي.

تـحـدـد كـيـفـيـات تـطـبـيـق أحـكام هـذه المـادـة عـن طـريـق التـنـظـيـم.

يـجـب أن يـتـمـحـور العـمـل الإعـلامـي في مـجال السـيـاحـة حـول تـرقـيـة المـؤهـلات السـيـاحـيـة، النـقـافـيـة والطـبـيـعـيـة، الـتي تـزخـر بـها البـلـاد وكـذا حـول تـعـزـيـز فـرـص الـاسـتـمـار والشـراكـة.

يـنـشـر هـذا القـانـون في الجـريـدة الرـسـمـيـة للجمهـوريـة الجـزائـريـة الـدـيمـقـرـاطـيـة الشـعـبـيـة.

² . المرجع نفسه، ص 147.

حرر بالجزائر في 16 ذي الحجة عام 1423هـ الموافق 17 فبراير 2003 م.¹

خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق أن الإستثمار يشكل أهم عوامل التنمية السياحية، إذ يعتبر الإستثمار في السياحة فرصة كبيرة للربح الذي يسعى إليه كل مستثمر، كما يعتبر موضع اهتمام مختلف الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، من أجل رفع معدلات تنميتها الإقتصادية وتحقيق إستقرارها الإقتصادي والعمل على إشباع احتياجاتها الأساسية.

1. مولود ديدان، مرجع سابق، ص 148.

تمهيد:

إن السياحة سياحتان إحداهما وطنية والثانية دولية وهي المهمة التي يجب أن نعمل على تطويرها. وكما يعلم الجميع فإن اقتصاد بلادنا يعتمد بنسبة كبيرة (قدرت بأكثر من 95 %) على الثروة البترولية، وهذه عمرها محدود، حيث يقدرها العارفون والمتفائلون بـ: 50 سنة لتتضب. وحتى تتمكن الجزائر من مواجهة مرحلة ما بعد البترول فعليها الاعتماد على موارد جديدة كالطاقة المتجددة، السياحة...إلخ.

والسياحة أصبحت اليوم صناعة متكاملة ولا تنهض بها إدارة السياحة لوحدها بل هي فعل متكامل أبطاله المستثمر، الموظف الواعي بأهمية السياحة ودورها الإيجابي في المساهمة في اقتصاد الوطن، السفارة الجزائرية بالخارج، القنصلية الجزائرية بالخارج، الإعلام بمختلف مكوناته (الراديو، التلفزيون، الجريدة، الأنترنت...إلخ). النقل (البر، البحر، الجو) الفندقي (المتخصص) المثقف، الإداري، الحرفي...إلخ.

إضافة إلى ذلك بنية تحتية متطورة (طريق، هاتف، فنادق، وكالات سياحية)

وإذا أردنا تطوير سياحتنا لتساهم بتفوق في الاقتصاد الوطني كما هو واقع في كل بلدان الدنيا فلا بد من نهضة سياحية في كل ولاية من ولايات الوطن والمجموع سيشكل نهضة السياحة الجزائرية.

لذا انطلقنا في موضوعنا هذا من العالمية إلى المحلية حتى يعرف الجميع ما يدور في سياحات الدول الأخرى (سواء جيراننا أو في العالم).

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى ما يلي:

- المبحث الأول : ميلة

- المبحث الثاني: الاستثمارات بولاية ميلة

المبحث الأول : ميلة

إن البحث في تاريخ ميلة العتيق يكشف لنا عن أهمية هذه الولاية وحضاراتها المتعاقبة إضافة إلى ما تزخر به الولاية من مناظر طبيعية خلابة وهذا ما يسمح لها بأن تكون منطقة جذب سياحي جد مهم.

المطلب الأول : تقديم ولاية ميلة

سنتطرق الى ما يلي:

الفرع الأول: تعريف الولاية

لقد انبثقت ولاية ميلة عن التقسيم الإداري لسنة 1984، وتتكون من 13 دائرة و32 بلدية وهي ولاية فلاحية بالدرجة الأولى، وتقدر مساحة الولاية الإجمالية بـ3048.54 كلم² تغطي منها الغابات 33670 هكتار، وبعدهد سكاني يقدر بـ810.370 (حسب إحصائيات 2011) متوزعون على منطقتين: ريفية: 68% .

حضرية : 32 %¹.

الفرع الثاني: لمحة تاريخية عن ولاية ميلة

لقد أكد مؤرخو إفريقيا الشمالية أن تاريخ هذه المنطقة (شمال إفريقيا) المعروفة بالخصوبة العالية لأراضيها ومناخها الممتاز قد بدأ منذ عصور ما قبل التاريخ، الشيء الذي جعلها هدفا للأطماع الاستعمارية، ولمواجهة الهجمات الخارجية اتحدت القبائل الأمازيغية المحلية مما أدى إلى ظهور دويلات (MICRO ETATS) هذه الدويلات عرفت تقدما لا بأس به في مختلف المجالات وخاصة في المجال الفلاحي نظرا لتوفير المياه بكثرة وبذلك ظهرت إلى وجود عدة مدن ازدهرت الهندسة المعمارية ومن بين هذه المدن مدينة ميلة التي عرفت تقدما كبيرا بحيث تعاقبت على المدينة عدة حضارات، الشيء الذي أعطاه طابعا ثريا ومتنوعا. حسب المؤرخين فإن مدينة ميلة قد أنشأت في مكانها الحالي منذ المملكات النوميديّة الأولى قرنين استغلها الرومان كقاعدة عسكرية بسبب موقعها الاستراتيجي الذي يسمح لها بمراقبة الطريق الكبير ما بين سيرتا وسطيف والمنطقة الساحلية لنوميديّة وبالخصوص مدينة القل الموصلة بطريق امبراطوري وكذلك مدينة جيجل.

"ميلاف" أو ميلة كانت تشكل مع كل من "سيرتا" قسنطينة حاليا و "روسيكادا" وهي مدينة سكيكدة إضافة إلى "إيلي" أي القل استقلال ذاتي كبير مقارنة بالمناطق الأخرى للبلاد.

أما العهد الإسلامي فقد بدأ بعد فتح مدينة ميلة من قبل الصحابي الجليل أبو المهاجر دينار في عام 674 م حسب المؤرخين الذين لم يتركوا إلا القليل من النصوص التاريخية حول هذه الفترة.

يعود أقدم نص يتعرض بالذكر لفتح مدينة ميلة، واستقرار العرب المسلمين بها إلى المؤرخ العراقي خليفة بن خياط من القرن الثالث الهجري /التاسع الميلادي فيذكر أن ميلة فتحها القائد أبو مهاجر دينار مولى الأنصار، أثناء غزوته التي دامت سنتين وصل فيها إلى منطقة تلمسان في سنة 59 هـ/678 م تعزز هذا

¹ مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميلة، ملة بين الحاضر و المستقبل.

- الوجود في عهد الفاتح موسى بن نصير الذي غز بلاد كتامة ومنها مدينة ميلة، التي تعد إحدى قواعد بلاد الزاب مع كل من سطيف وبلزومه، يمكن تلخيصها حسب التسلسل الزمني كما يلي:
- حضارة عصور ما قبل التاريخ (الجمجمة الذي يعود تاريخها إلى أكثر من 15 ألف سنة قبل الميلاد) والتي عثر عليها في بلدية أولاد خلوف إلى جانب أدوات ووسائل صيد حجرية موجودة على مستوى متحف سيرتا بقسنطينة عثر عليها بميلة.
 - الحضارة الرومانية والبيزنطية (ميلة القديمة).
 - الحضارة الإسلامية (مسجد أبو مهاجر دينار المعروف بسيدي غانم بميلة).
 - الاستعمار الفرنسي (السجن الأحمر بفرجيو، وكثير من الأحياء السكنية بميلة، شلغوم العيد، تاجنانت ..).
- 1.

الفرع الثالث: تطور التاريخي لولاية ميلة

تعتبر ولاية ميلة همزة وصل ومحطة لعدة حضارات متعاقبة "ميلة الرومانية، البيزنطية، النوميدية... والإسلامية".

عرفت ميلة عدة تسميات حيث سميت بميلاف لغناها الكبير بالينابيع المائية فالاسم يعني باللغة اللاتينية (ألف منبع) ويقال أيضا سميت كذلك باسم "ميلو" وهو اسم لإحدى الأماكن الأمازيغية ثم سميت "ميلة" بقدم الاحتلال البيزنطي والاسم يعني (التفاح) وسميت في العهد الإسلامي " ميلاف" وتقول إحدى الأساطير أن ملكا رومانيا كان له بنتان إحداهما "ميلة" وهو الاسم الذي أطلق على هذه المدينة والأخرى "جميلة" وهو اسم أطلق على إحدى المدن الرومانية التابعة حاليا إلى ولاية سطيف.

كما عرفت مدينة ميلة أسماء أخرى مختلف نذكر منها: ميلوفيثانيا، ميلويوم، ميلوين، ميدوس، ميلاح... للولاية موقع جغرافي استراتيجي حيث من يحدها من الشرق ولاية قسنطينة التي تبعد عنها بحوالي 40 دقيقة أي 45 كلم يحدها من الشمال ولاية جيجل التي تبعد عنها بحوالي ساعة و15 دقيقة أي 140 كلم، كما أنها محايدة لولاية سكيكدة وباتنة.

تعتبر ولاية ميلة فسيفساء حقيقية لفضاءات طبيعية مختلفة ولكنها متكاملة. ويمكن اعتبار ولاية ميلة إحدى أقدم المدن المشيدة بالجزائر وقد تعاقبت عليها عدة حضارات متتالية تركت بصماتها بحيث لا تزال بها مظاهر التأثير الأجنبي.²

المطلب الثاني: السياحة بولاية ميلة

لا يمكن الحديث عن السياحة بولاية ميلة بمعزل عن السياحة الجزائرية ككل وهذا بمعرفة دور السياحة في الاقتصاديات العالمية وأهميتها القصوى في تحريك عجلات هذه الاقتصاديات.

¹ مديرية السياحة لولاية ميلة، عرض حال حول السياحة بولاية ميلة، مقدم بمناسبة إنعقاد دورة المجلس الشعبي الولائي، ديسمبر 2009، ص6.

² <http://star.algerie.Ahla.montada.net/t869-topic>.

الفرع الأول: أنواع السياحة بولاية ميلة

إن كثافة مؤهلاتها السياحية و الحموية و انتشارها على كافة تراب الولاية يؤهلها لتطوير عدة أنواع من السياحة نذكرها في :

أولاً: السياحة الحموية:

تتوفر ولاية ميلة على ثلاثة عشر (13) منبعاً حموياً منتشرة على كافة تراب الولاية وتتميز بخصائص علاجية و واستشفائية هائلة :

- منبع بني هارون ببلدية حمالة .
- منبع أولاد بوحامة بلدية ميلة .
- منبع أولاد عاشور ببلدية العياضي بارباس .
- منبع قروز ببلدية وادي العثمانية .
- منبع صونا ببلدية التلاغمة .
- منبع صفصاف ببلدية التلاغمة .
- منبع أولاد جالي (1) ببلدية التلاغمة .
- منبع أولاد جالي (2) ببلدية التلاغمة .
- منبع قرده ببلدية تبيرقنت .
- منبع دار الشيخ ببلدية الرواشد .
- منبع أولاد الغول ببلدية تسالة .
- منبع الكاف لحرر ببلدية يحي بني قشة .
- منبع صوني ببلدية التلاغمة .

ثانياً: السياحة البيئية

إن الركيزة الأساسية لولاية ميلة امتلاكها لأكبر سد في الجزائر وهو "سد بني هارون" الذي يمول 06 ولايات مجاورة .

يضم موقع بني هارون مزايا سياحية لا تضاهاى وموقعه الاستراتيجي كان له الفضل في اختياره لاحتضان منطقة التوسع السياحي بني هارون بمساحة تقدر بـ 1000 هكتار هذه المنطقة السياحية مدعوة لاستقبال عدة مشاريع سياحية ، بيئية ، حموية ، رياضية ، وترفيهية ، وأنها تتميز خاصة بـ:

- الطريق السيار شرق غرب .
- منظر عام خلاب .
- السكك الحديدية .
- شبكة طرقات مزودة بمنشآت فنية ذات قيمة عالية .

- قربها من المنطقة الحرة بلارة .
- السد الأكبر لبني هارون.
- الغابات .
- قربها من أحد الموانئ "ميناء جنجن" بولاية جيجل .
- قربها من أحد الشواطئ بجيجل .
- قربها من مطارات قسنطينة وجيجل .

ثالثا: السياحة الرياضية والترفيهية

تختلف المواقع المناخية التي تزخر بها ولاية ميلة :

- موقع بني هارون .
- موقع مارشو .
- موقع سيدي خليفة.

تؤهلها بذلك لتطوير الهياكل الرياضية ،الثقافية ومراكز الاستشفاء ،كذلك حظائر للاستقطاب السياحي ومساحات للعب...

هاته المواقع تمنحنا مناظر طبيعية خلابة.

رابعا: السياحة الثقافية والاستكشافية

تزخر ولاية ميلة بالعديد من المعالم التاريخية والأثرية التي تعد بمثابة شاهد حي على تعاقب العديد من الحضارات المختلفة عبر الأزمنة ومن بين هذه المعالم نذكر أهمها :

- **المدينة العتيقة** : والواقعة في وسط مدينة ميلة.
- **مسجد سيدي غاتم** : قد بني من قبل الصحابي الجليل أبو المهاجر دينار الذي أسلمت على يده المنطقة ، ويعد هذا المسجد ثاني أقدم مسجد بالمغرب العربي بعد مسجد القيروان بتونس .
- **العين الرومانية (عين البلد)** : وهي قطعة فنية رومانية نادرة تعبر على المستوى العالي الذي بلغة فن العمارة الرومانية في تلك الحقبة .
- **المركز** : وهو عبارة عن ساحة عمومية محاطة بمنازل رومانية كانت تستعمل لإقامة التظاهرات والاحتفالات أثناء الوجود التركي .
- **حمام بني قشة** : ويعود تاريخه إلى العهد الروماني ، وأثاره في طريق الزوال إن أهمية المعالم التاريخية والأثرية العديدة التي تتوفر عليها ولاية ميلة .

توجب علينا اتخاذ كل الإجراءات الضرورية لترميم وتهيئة هذه المعالم والمناطق قصد المحافظة عليها . هذه العملية يجب أن تكون بالتعاون مع اختصاصيين في هذا المجال كعلماء الآثار والمؤرخين والمهندسين المختصين.¹

¹ مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميلة، ملية بين الحاضر و المستقبل.

الفرع الثاني: المؤهلات السياحية لولاية ميله

تعتبر ميله فيفساء حقيقية لحضارات متعددة ومتحف مفتوح على الهواء الطلق يعد العديد من الآثار المتنوعة والمتعاقبة (رومانية ، بيزنطية إسلامية تركية بحت فرنسية) حيث أن ميله :

- تعتبر ميله من بين أقدم المدن المشيدة بالجزائر .

- ميله (ميلاف) رومانية.

- إحدى الكتفدراليات السيرتية (سيرتا ، القل ، سكيكدة)

كانت أهم الكنائس في القرن 4م اشتهرت بقديس "أوبطاط" " optat" من القرن 8م إلى 11م كانت مدينة جد هامة للأغلبية ، الفاطميين ، الحماديين في سنة 902م ضمت لكتامة.

وفي مايلي سوف نورد أهم مدن الولاية والمؤهلات التي تزخر بها هي :

أ- بلدية ميله : تشتهر بما يلي :

- مدينة محيطة بالأسوار البيزنطية .

- بالقرب منها يوجد "مارشو" به عدة منابع مائية عديدة.

- بوسطها توجد " عين بلد" معلم روماني .

- أجريت حفريات سنة 1957م أثبتت أن مدينة ميله الوسيطة تقع على عمق 3 أمتار ، بينما ميله

الرومانية تقع على عمق 93 م تحت الأرض .

- الصورة البيزنطية بطول 1200م لازال مع قلاعة المربعة يحوي ميله القديمة .

- بالقرب من ميله القديمة تجد ميله الكولونالية وبها زاوية سيدي بويحي .

- ميله القديمة آثار ومواقع رومانية.

- مسجد أبو المهاجر دينار (سيدي غانم) .

- المسجد الكبير مبارك الميلي .

- السوق الأسبوعي.

- الأكلات الشعبية (الكسكس، الشخشوخة ، التريدة) .

- حمام أولاد بوحامة المعدني .

- المقبرة المسيحية .

اشتهرت ميله عبر التاريخ بصناعة القرميد والفخار ومن أهم الصناعات التقليدية بالمنطقة صناعة الفخار والنحاس والألبسة التقليديةإلخ .

ب- فرجوية :

- تقع على بعد 42 كلم غرب مدينة ميله على الطريق الوطني رقم 79 (المؤدي إلى العلمة).

- السجن الأحمر.

- قصر الأغا.
- منابع وحمامات معدنية أهمها (حمام أولاد عاشور ، حمام بني قشة، منبع العبيات).
- آثار رومانية ببلدية بني قشة.
- صناعات تقليدية أهمها : صناعة السمل ، صناعة الفخار والألبسة التقليدية.
- ت- **سيدي خليفة** : تتوفر على :
 - زاوية دار بن الشيخ الحسين.
 - مكتبة تتضمن أكثر من 600 مخطوط بالزاوية.
- ث- **القرارم قوقة**: تقع على بعد 50 كلم من قسنطينة إلى الشمال الغربي ، منها على الطريق الوطني رقم

27

- سد بني هارون.
- جسر وادي الديب يمتد فوق السد .
- غابة تادرار ثاني أكبر غابة بولاية ميلة.
- مركز تعذيب الاحتلال إبان حرب التحرير .
- السوق الأسبوعي للماشية .
- قلعة طومة (آثار رومانية ببلدية حمالة).
- جسر وادي الرمال يمتد فوق السد طوله حوالي 800م
- حمام بني هارون المعدني .
- ج- **تاجنانت**: تقع على بعد 19 كلم غرب شلغوم العيد، 65 كلم عن قسنطينة الارتفاع عن سطح البحر 850كلم.

- تاريخ الإنشاء 1827م .
- على بعد 10 كلم جنوبا يقع جبل ركبة عنق الجبل (1406 م).
- السوق الأسبوعي للجملة (سوق وطني).
- بن يحي عبد الرحمان : يقع على بعد 15 كلم شمال تاجنانت إدريسا (روماني).
- ح- **أولاد خلوف** : أهم ما تتوفر عليه :
 - آثار رومانية .
 - مغارات.
 - مكان اكتشاف أقدم جمجمة يعود تاريخها إلى حوالي 15000 سنة ق م (مشتة العربي).
- خ- **شلغوم العيد** :
 - تقع إلى الجنوب الغربي على الطريق الوطني رقم 05.
 - الارتفاع عن سطح البحر 770 م .

- أنشئت سنة 1873 م.

- سنة 1846 أنشئ الطريق الوطني العابر لها الرابط بين سطيف وقسنطينة¹.

المؤهلات الطبيعية لولاية ميلة:

إن أول مؤهل طبيعي لولاية ميلة هو تنوع التضاريس الجغرافية بها ، سلاسل جبلية خلابة ذات ارتفاعات معتبرة حتى 1600م غابات خلابة حيث تغطي الغابات نسبة تقدر بـ33670 هكتار إلى جانب السهول العليا بوسط الولاية والهضاب بجنوب الولاية وغناها بالثروة المائية.

- أصناف الأشجار الغابية : الغابات الطبيعية وتتكون من بلوط الفلين ، بلوط الزان ، البلوط الأخضر. الغابات الناتجة عن التشجير وتتكون من الصنوبر الحلبي السرو ، الدردار ، الصفصاف ، الصنوبر والكاليبتوس.

- الحيوانات : الذئب ، الثعلب ، الأرنب ، الدربان و الضبع.

- الطيور المهاجرة : ترة الغابة ، التركة التركية ، اللقلق ، السنونو، الزرزور ، الحجل ، السلحفاة السمان و البط المائي.

- الأودية الدائمة الجريان.

- وادي بوبكور بواد العثمانية.

- وادي الكبير بميلة.

- وادي النجاء بواد النجاء.

- وادي الرمال بشلغوم العيد .

- وادي بوصول بفرجيوة.

المبحث الثاني: الاستثمارات بولاية ميلة

تعتبر ميلة ولاية مغرية للمستثمرين تمتلك هيكله زراعية متنوعة تمنح فرصا عديدة للاستثمار في مختلف القطاعات.

المطلب الاول: الاستثمار بالولاية:

هناك عدة أنواع للاستثمارات، سنتطرق للاستثمار السياحي والمشاريع السياحية.

الفرع الاول: الاستثمار السياحي

تتميز ولاية ميلة بموقع استراتيجي هام بين الساحل والهضاب العليا وهذا يجعلها محور تبادل اقتصادي ، زيادة على هذا فإن الولاية تمنح مجالات واسعة للاستثمار تجعلها قطب جهوي تنموي في جميع القطاعات الاقتصادية الهامة خاصة مع وجود امتيازات تساعد على جعل الولاية قاطرة للتنمية المستدامة من خلال :

- كنوزها الأثرية.

¹ مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميلة السياحة بميلة واقع و آفاق،2007، ص 10،9.

- طبيعتها الخلابة.

- مناخها المحلي اللطيف.

- كرم وسخاء سكانها.

فقد تمكنت ولاية ميلة من انتزاع وبجدارة مرتبة بين الولايات المصنفة ذات الطابع السياحي .

ومع فتح منطقة بلارة للتبادل الحر وتجسيد مشروع منطقة التوسع السياحي في المستقبل القريب فإن الولاية ستعرف حركية متعددة من شأنها خلق أنشطة متنوعة في الميدان السياحي.

درست اللجنة الولائية لترقية الاستثمار و ضبط العقار لولاية ميلة مؤخرا 91 ملفا متعلقا بطلب الإستثمار السياحي بالولاية حيث تم قبول 25 ملفا في مختلف المشاريع السياحية عبر الولاية حيث تم منح 47 هكتار بلدية واد العثمانية للمستثمرين اثنين مناصفة من أجل إقامة حظيرة للتسلية . كما تم تخصيص فضاءات للراحة و اللعب ببلدية شلغوم العيد تتربع على مساحة تقدر ب 7 هكتارات و في ذات السياق استفادت بلدية ميلة من إنشاء حظيرة مصغرة بأعالي منطقة مارشو تتربع على مساحة 2.5 هكتارا .

كما تم قبول أيضا ملف استثماري مخصص للنشاط السياحي ببلدية تاجنانت و آخر ببلدية سيدي مروان لإقامة مشاريع سياحية تكون قريبة من سد بني هارون و بالضبط بمنطقة فرضوة. هذا و حسب مصدر عليم أن المجهودات لازالت تبذل من طرف المصالح المختصة من أجل ترقية و تفعيل القطاع السياحي الذي بدأ ينتعش خاصة مع ضم منطقة سد بني هارون في مخطط التوسع السياحي بالولاية وللإشارة فإن ولاية ميلة استفادت مؤخرا من مشروع دراسة لقاعدة مائة على ضفاف سد بني هارون ستكون بلا شك دعما لهذا القطاع الحيوي الذي تولي له الدولة عناية فائقة من أجل تنشيطه و تدعيمه.¹

الفرع الثاني: المشاريع الاستثمارية السياحية

تنقسم المشاريع الاستثمارية الخاصة بالسياحة الى شقين هما

¹ - http://www.annasronline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33020:2012-05-07-18-

[53-28&catid=35:2009-04-13-14-10-18&Itemid=2](http://www.annasronline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33020:2012-05-07-18-53-28&catid=35:2009-04-13-14-10-18&Itemid=2)

ص. بوضياف، تاريخ التعديل: لاثنين، 07 مايو 2012 ، تاريخ التحميل: 10 ماي 2012، ساعة 16:40.

أولاً: المشاريع السياحية المتوقفة

وهذا الجدول يبين لنا المشاريع الاستثمارية المتوقفة.

الجدول رقم (1): المشاريع السياحية المتوقفة.

المستثمر	المشروع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	الموقع(العنوان)	نسبة تقدم الأشغال	تاريخ الحصول على الموافقة المبدئية
بوقليع عبد الله	بناء مركب حموي	44	47	أولاد بوحامة بلدية ميلة	60%	18/07/2010
بخوش الشريف	بناء فندق	22	08	الطريق الوطني رقم 05 تاجنانت	90%	16/02/2004
المجموع		66	55			

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

ثانياً: المشاريع السياحية في طور الانجاز

لدينا (06) مشاريع نوردهم في الجدول التالي :

الجدول رقم (2): المشاريع السياحية في طور الانجاز.

المستثمر	المشروع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	الموقع (العنوان)	نسبة تقدم الأشغال	تاريخ الحصول على الموافقة المبدئية
خلاف خلاف	بناء فندق	90	15	الطريق الوطني رقم 05 شلغوم العيد	85%	27/10/2010
يحيى مبروك	بناء فندق	65	07	فرجيوة	70%	21/07/2010
حاج عزام رشيد	تهيئة نزل	34	15	الطريق الوطني رقم 05 تاجنانت	90%	11/04/2009
بوالصوف رابح	بناء نزل طريق	19	06	بلدية زغاية	60%	15/06/2009
مجدوب عبد	بناء فندق	45	15	بلدية القرارم قوقة	65%	18/07/2010

						الحميد والطيب
29/08/2010	20%	ميلة	101	120	بناء فندق	بن عميرة فرحات
			159	373		المجموع

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

الفرع الثالث: السياسة السياحية بالولاية

إن جهود الدولة من أجل تطوير قطاع السياحة بدأت تتجسد بصفة ملحوظة في فترة التسعينات التي ظهرت فيها عدة نصوص تشريعية وتنظيمية تخص قطاع السياحة.

كما قامت بمنح برامج استثمار لتطوير هذا القطاع كبرامج النهوض بالهضاب العليا، التي استفادت منه ولاية ميلة في قطاع السياحة في الناحية الجنوبية لها، حيث مس البرنامج ثلاث بلديات للهضاب العليا وهي: تاجنانت، مشيرة، اولاد خلوف كما تمثل البرنامج فيمايلي:

- مكتب للإعلام والتوجيه السياحي ببلدية تاجنانت.

- مخطط الترقية السياحية لولاية ميلة.

- منوغرافيا سياحية للولاية.

- دليل سياحي لولاية ميلة.

- خريطة سياحية للولاية.

ونظرا لأهمية توفر العقار السياحي على مستوى الولاية من أجل جلب أكبر عدد ممكن من المستثمرين في هذا القطاع، فإن المديرية قد سعت منذ نشأتها على إنشاء مناطق للتوسع السياحي وقد اقترحت فيما بعد مناطق أخرى عبر تراب الولاية وخاصة الجهة الشمالية المحاذية لولاية جيجل وبعد انتظار طويل دام من سنة 1999 قبل أخيرا من قبل الوزارة وفي شهر فيفري 2009 إنشاء مناطق للتوسع السياحي "بني هارون" ستجرى لها دراسة التهيئة السياحية مستقبلا وستكون جاهزة في المستقبل القريب لاستقبال العديد من المشاريع الهامة.

المطلب الثاني: دور مديرية السياحة في تنشيط السياحة بالولاية

تعتبر مديرية السياحة مؤسسة مهمة تساهم في ترقية استغلال الطاقات والموارد السياحية الموجودة على مستوى الولاية.

الفرع الأول: التعريف والهيكل التنظيمي للمديرية

اولا: تعريف المديرية

مديرية السياحة مؤسسة عمومية خدماتية تقوم بتشجيع السياحة وقد أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-250 المؤرخ في 29 أوت 1995. المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد قواعد تنظيمها وسيرها وكانت عبارة من مفتشية السياحة والصناعات التقليدية.

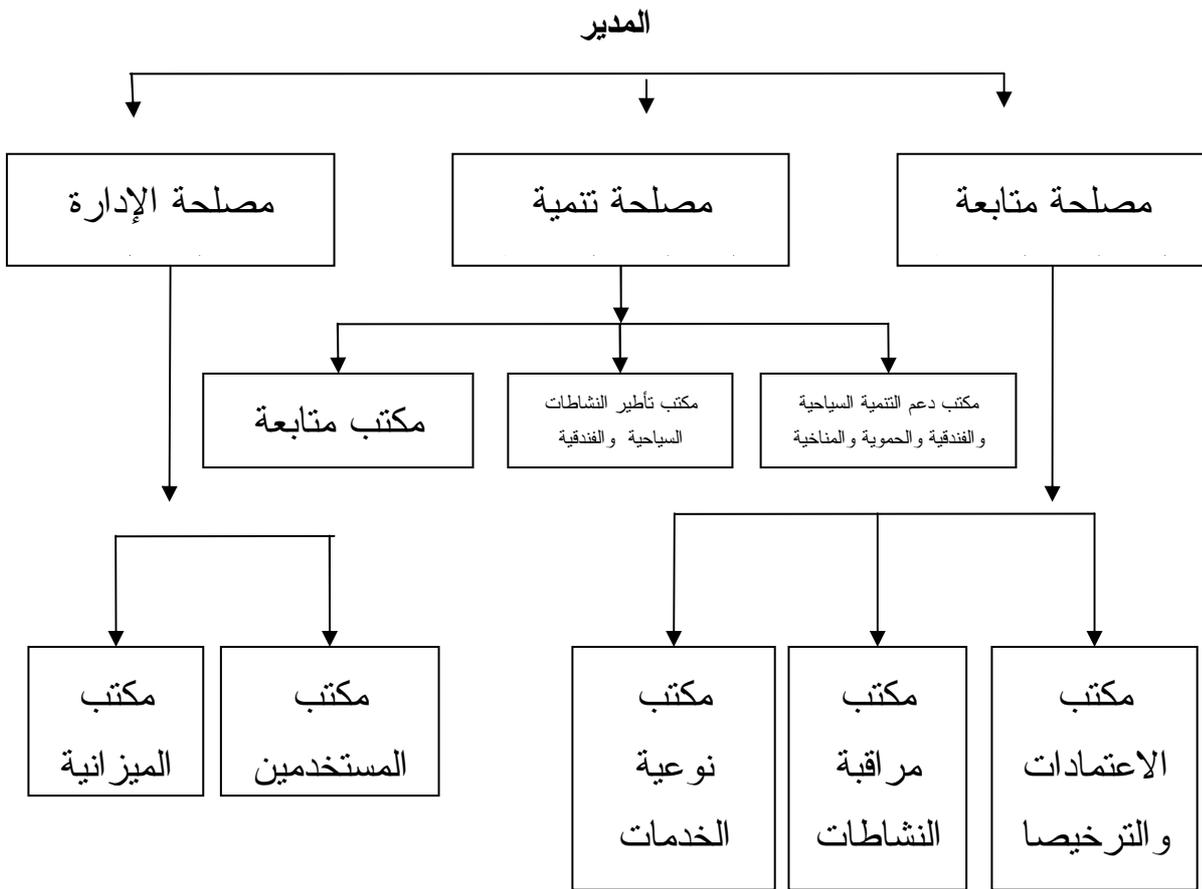
في 11 مارس 2002 وتطبيقا لأحكام المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 المعدل والمتمم ، يحدد هذا القرار تنظيم المديرية الولائية للسياحة والصناعة التقليدية في مكاتب ، والذي بمقتضاه أنشئت مديرية السياحة لولاية ميلة.

كما طرأ تعديل مرسوم الإنشاء رقم 05/216 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 200/376. والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية.

وكذلك المرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمديرية: يتكون الهيكل لتنظيمي للمديرية من:

الشكل رقم (01) : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية ميلة.



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

يسير مديرية السياحة مدير يعين بموجب مرسوم بناء على اقتراح الوزير المكلف بالسياحة.

تضم مديرية السياحة المصالح التالية:

- مصلحة تنمية النشاطات السياحية.

- مصلحة متابعة النشاطات السياحية والرقابة.

- مصلحة الإدارة والوسائل.

تضم كل مصلحة مكاتبين (02) إلى ثلاثة (03) مكاتب.

يحدد تنظيم المكاتب بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بالسياحة، الوزير المكلف بالمالية، الوزير المكلف بالجماعات المحلية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

إن مديرية السياحة ومنذ نشأتها كمفتشية في فيفري 1998 تقوم بتجسيد سياسة الوزارة المكلفة بالسياحة من أجل النهوض بالقطاع، حيث أنها تقوم دوماً وباستمرار في إحياء التظاهرات السياحية بالولاية كالיום العالمي للسياحة واليوم العربي للسياحة كما أنشأت تظاهرة جهوية خاصة بمدينة ميلة سنة 2011 أطلق عليها اسم التظاهرة الوطنية للكسكي، إلى جانب الدعائم الترقية والإشهارية التي أنجزتها المديرية، كما أن مديرية السياحة ووعيا منها بأهمية الاستثمار في مجال السياحة قد شجعت الخواص على ذلك ورافقتهم دوماً في عملية التوجيه والإعلام واستطاعت بفضل هذه التوجيهات الحصول على الموافقة على عدة مشاريع استثمارية سياحية كبيرة كانت تفتقدها الولاية.

الفرع الثاني: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية

مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لكل ولاية بمايلي:

أولاً: في مجال السياحة

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفزة للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تهمين القدرات المحلية.
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.
- تنفيذ برامج، تدابير ترقية، تطوير النشاطات السياحية، الحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.
- جمع، تحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي، الحمامات المعدنية وضمان نشرها.
- المساهمة مع القطاعات المعدنية في ترقية الشراكة الوطنية، الأجنبية لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم، العمران، تهمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية، تطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة، حماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين، تطلعات السواح في مجال الراحة، الاستجمام والترفيه.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية، الفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد، تنفيذ أعمال التكوين، مستوى تجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

ثانيا: في مجال الصناعة التقليدية

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل اجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين، التنظيمات، المقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الانتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية
- المشاركة في جهود ادماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية .
- تدعيم اعمال المنظمات، التجمعات المهنية، الجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات، الدراسات ذات الطابع التقني، الاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الانشطة الحرفية.
- جمع المعلومات، المعطيات الاحصائية في مجال الصناعة التقليدية، الحرف وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.¹

¹ المادة 2، مرسوم تنفيذي رقم 10-257، المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63 ص18.

الفرع الثالث: الهياكل السياحية الموجودة بالولاية والمشاكل التي تواجهها

أولاً: الهياكل السياحية

تتمتع الولاية بالهياكل التالية:

أ- الفنادق:

الجدول رقم (3): الفنادق المتواجدة بولاية ميلة .

المستخدمون		قدرة الإيواء		العنوان (المقر الاجتماعي)	اسم الفندق
دائمون	مؤقتين	عدد الأسرة	عدد الغرف		
05	02	68	38	حي 50 مسكن - ميلة -	فندق السلام
14	05	80	40	شارع 1 نوفمبر 54 الطريق الوطني رقم 05 شلغوم العيد	فندق الرمال
02	01	24	10	ص- ب175 الطريق الوطني رقم 05 شلغوم العيد	فندق سيدي بوزيد
03	02	25	10	الطريق الوطني رقم 05 شلغوم العيد	فندق السفير
02	01	35	10	شارع المحطة - تاجنانت-	فندق المبروك
26	11	232	108		المجموع

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

تعرف ولاية ميلة نقص كبير في مجال الإيواء والإطعام حيث يوجد بالولاية سوى (05) خمسة فنادق كلها غير مصنفة وبقدرة إيواء بلغت 232 سرير وهو عدد غير كاف كما أن نوعية الفنادق ليست في طموحات ولاية ميلة لها إمكانيات سياسية، تجارية وفلاحية كبيرة، وبالتالي فالولاية بحاجة إلى فندق أو فندقين على الأقل على مستوى عالي (بنجمتين أو ثلاث نجوم) وهذا لتطوير نوعية الخدمة وطاقة الاستقبال.

إحصائيات السواح بالولاية :

وهذا الجدول يبين لنا عدد السواح المحليين والاجانب من سنة 2006 الى 2009.
الجدول رقم (4): إحصائيات السواح بولاية ميلة.

السنوات	2006	2007	2008	2009
الجنسية				
وطنيون	16966	15120	12050	13760 (خاص ب10 أشهر)
أجانب	627	1083	945	1013
المجموع	17593	16203	12995	14773

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

إذا ألقينا نظرة تحليلية حول إحصائيات السواح الوطنيين و الخارجيين المبينة في الجدول أعلاه ، نجد هناك تذبذب في حركة السواح ، فبالنسبة للسواح الوطنيين نلاحظ أن هناك انخفاض في عدد دخول السواح الوطنيين إلى ولايتنا ابتداء من سنة 2006 حيث بلغ 16966 لينخفض في سنة 2007 إلى 15120 و يصبح في سنة 2008 ب 12050 علما أن هذه السنة شهدت غلق أحد الفنادق و هو " فندق سيدي بوزيد" ببلدية شلغوم العيد ثم يرتفع نوعا ما في سنة 2009 ليبلغ في ظرف 10 أشهر 13760 و يعود هذا الانخفاض للسواح الوطنيين إلى عدم ظهور مرافق سياحية جديدة و متطورة بولايتنا.

أما فيما يخص الأجانب فإن عددهم مرتبط في رأينا بالعمل في الشركات الأجنبية المتواجدة بولايتنا أما السواح الأجانب الحقيقيون فهم لا يتعدون العشرات في كل سنة .

ب- الوكالات السياحية:

الجدول التالي يبين لنا هذه الوكالات:

الجدول رقم (5): الوكالات السياحية بولاية ميلة.

اسم الوكالة	صاحب الوكالة	العنوان	عدد المستخدمين	نوعية المنتج	الهاتف والفاكس

031573884	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة - بيع تذاكر	02	حي سيدي بويحيى - ميلة-	دحماني عز الدين	دحماني سفریات وخدمات
031572786	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة	02	شارع 08 فيفري - تاجنانت-	بن سلمى احمد	تديس للسياحة والسفر
031577450 031573044	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة - بيع التذاكر	03	21 شارع بن التونسي - ميلة-	بن زرافة حسين	وكالة مديحة للسياحة والسفر
031575284	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة - بيع تذاكر	03	03 حي بن صالح - ميلة-	شرفي محمد يزيد	وكالة سيفاتي للسياحة والسفر
031567328	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة - بيع تذاكر	02	بلدية وادي النجاء - ميلة-	زاوي عبد اللطيف	وكالة زاوي للسياحة والسفر
031595173	- طلب تأشيرات - تنظيم الرحلات - تنظيم عمرة	02	حي حريش علي - بلدية فرجيوه-	بن موناخ عمار	فرع وكالة مونديال تور
031577681	- طلب تأشيرات - تنظيم رحلات - تنظيم عمرة	02	حي زيغود يوسف-شلغوم العيد-	بن فاضل نور الدين	وكالة غالية تور

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

تتوفر الولاية على سبعة (07) وكالات للسياحة والأسفار، يقتصر نشاطها على الزبون الأجنبي دون العمل على جلب سواح للولاية التي لها مؤهلات سياحية وحموية كبيرة.

ج- المنابع الحموية

بالإضافة الى ما تطرقنا له في أنواع السياحة وبغض النظر عن المجالات المتعددة للاستثمار في السياحة فان المجال الاوفر للاستثمار يتمثل في انتشار منابع المياه المعدنية الغنية بالعناصر المعدنية وتعد هذه المنابع مناطق استجمام وراحة ممتعة.

يوجد خمسة (5) منابع حموية ستكون محل دراسات للتهيئة الشاملة (دراسة الصلاحية) ستمون في متناول المستثمرين مستقبلا وهي :

- منبع بني هارون ببلدية حمالة.
- منبع بني قشة (المعروف بالكاف لحر) ببلدية بني قشة.
- منبع أولاد عاشور ببلدية العياضي بارباس
- منبع أولاد الغول ببلدية تسالة .
- منبع دار الشيخ ببلدية الرواشد.
- أما المنابع غير المستغلة فتتمثل في :
- منبع قرده ببلدية تبيرقنت .
- منبع أولاد الغول ببلدية تسالة المطاعي .
- منبع عين التين ببلدية عين التين .
- منبع بوعربية ببلدية فرجيوه .
- منبع قريصة ببلدية واد النجاء .
- منبع قروز ببلدية وادي العثمانية .

ثانيا: المشاكل التي تواجه الهياكل السياحية بالولاية

تواجه الهياكل السياحية بولاية ميلة مشاكل ونقائص توردها فيما يلي:

أ- مديرية السياحة:

- _ نقص التأطير.
- _ من بين 03 رؤساء مصالح لا يوجد رئيس مصلحة.
- _ من بين 09 رؤساء مكاتب لا تتوفر المديرية الا على رئيسي مكتب.
- _ انعدام سيارة خدمة.

ب- الفنادق:

- _ عدم امتلاك صاحب الفندق لرخصة استغلال المؤسسة الفندقية.
- _ انعدام مسير مؤهل ومعتمد من قبل الوزارة.
- _ انعدام اليد العاملة المحترفة في مجال الفندقية والسياحة على مستوى الفنادق.
- _ عدم امتلاك معظم الفنادق لشهادة المطابقة للمقاييس الأمنية والنظافة.
- _ نقص كبير في مجال الخدمات المتعلقة بالفندقية والسياحة والإطعام.

- _ انعدام فنادق ذات تصنيف متوسط وعالي (نجمتين، ثلاث نجوم....).
- _ انعدام شهادة التامين على المسؤولية المدنية والمهنية(سارية المفعول).
- _ انعدام احترام بعض الفنادق لقواعد النظافة والأمن.

ت- الحمامات:

- _ انعدام اليد العاملة المؤهلة في مجال العلاج بالمياه الحموية.
- _ عدم امتلاك أصحاب الحمامات لرخصة استغلال مياه المنبع الحموي (دفتر الشروط+ عقد الامتياز) المسلمة من طرف وزارة السياحة.
- _ افتقار الحمامات لمرافق الإيواء، العلاج، الإطعام، المطلوبة في مجال المحطات الحموية.
- _ استعمال الحمامات بطريقة تقليدية بحتة.

ث- الوكالات السياحية:

- _ افتقار نشاط الوكالات على التعامل مع وكالات أخرى أجنبية لنقل الجزائريين الى الخارج خاصة العمرة.¹

الأفاق المستقبلية للولاية:

تشهد ولاية ميلة منذ مدة تحولات جذرية في الميادين الاجتماعية والاقتصادية لتحقيق هدفين أساسيين :

-التنمية المحلية .

-تحسين ظروف معيشة المواطنين.

هناك مؤهلات أكيدة وطاقات بشرية.طبيعية ومادية ينبغي توظيفها لتحقيق كل ما نصبو إليه.وتتمثل هذه المشاريع فيمايلي:

المشاريع الموجودة التي تدخل في نطاق الاستثمار في التنمية السياحية (الخدمات، الترفيه، الفنادق، المطاعم، الرياضة ، السياحة ، البيئة، الغابات و السدود...).

المشاريع التي هي في طور الإنجاز:

الجدول رقم (6): المشاريع التي في طور الإنجاز.

المستثمر	المشروع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	العنوان	تاريخ الحصول على الموافقة المبدئية
لمرس صالح	بناء محطة حموية	68	20	مشتة الشوارة بلدية يحي بني قشة	2008/04/02
الإخوة شادي	بناء فندق	34	18	دوار أولاد مسعود بلدية التلاغمة	2008/07/22
منشار عمار	بناء محطة حموية	56	22	مشتة السمارة بلدية	2008/05/06

¹ مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميلة.

	التلازمة				
2007/08/08	بلدية شلغوم العيد	20	142	بناء فندق	الإخوة بوغرز
2008/04/02	بلدية عين الملوك	20	72	بناء محطة حموية	سعدون فوضيل
2008/09/01	بلدية شلغوم العيد	30	168	بناء فندق	بن حمو الطاهر
2006/04/22	منطقة بني هارون بلدية حمالة	45	90	بناء مركب حموي	بوقزولة وبوطيبة أحمد
2012/01/15	بلدية تاجنانت	24	79	بناء فندق	عمراني مصباح
		199	709		المجموع

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية ميلة.

الهدف من هذه المشاريع هو التعبير عن الاهتمام للمساعدة في تجديد قد تكون مهمة المستثمرين لتحقيق المشاريع الاستثمارية في المناطق السياحية والتوافر الفوري للأراضي في البلديات التالية :

1- بلدية الشيقارة :

تحقيق (Téléphérique) الشيقارة حتى سد بني هارون بجانب القرارم قوقة.

حديقة مائية في المنطقة فوق السد مع إنشاء أنشطة الخدمات المتخصصة في فن الطهو الحديث المتجانس ومشرفة، مونيل صغير.

- مجمع سياحي.

- مجموعة من المطاعم، مسابح، مناطق بيع المتلجات.

- بيوت الشباب وأنشطة الجبال.

- مناطق الاسترخاء وساحات الترفيه.

- بلدية سيدي مروان (فرضوة).

- ميناء للمتعة.

- مراكز للصيد (وحدة إنتاج الجليد، غرف التبريد، إنتاج عتاد الصيد و مسمكة)

- مجموعة عروض سياحية فوق السد (فندق، مطاعم، مسابح و أنشطة مختلفة).

2- بلدية ميلة :

- مجمع ثقافي وسياحي (مسرح الهواء الطلق، مساحات ثقافية وأنشطة ترفيهية)

- قرية سياحية.

- منتزه مصغر لضمان الأنشطة.

- فضاءات الاستجمام والترفيه (المطاعم، المسابح و المحلات التجارية)

3- بلدية وادي العثمانية :

- منتزه بالقرب من الطريق السريع شرق غرب (سد قروز)

- مركز طبي رياضي.

- مجمع للتخييم، حوض للسباحة و حمام.

- مجموعة مطاعم، مسابح، مثلجات، مقاهي.

4- بلدية شلغوم العيد:

- مركز طبي رياضي.

- فضاءات من بيئات الاسترخاء والترفيه في المناطق الحضرية .

5- بلدية القرارم قوكة :

تحقيق مرفأ مع رصيف عام (الرصيف، قوارب كهربائية، اللوحات الحرفية، الإبحار، الوجبات السريعة، كافييتيريا، كشك و مساحة لصيد الأسماك الترفيهية...)

- مجموعة فنادق.

- مجموعة المطاعم المونيل.

- الفنون و ساحات التسوق.

- فضاءات ترفيهية : أنشطة متعددة.

6- بلدية ترعي باينان :

- تعزيز الأنشطة السياحية (مخيمات، مسابح، بيوت الشباب و حديقة الحيوانات ...)

- تحقيق لـ 05 مجمعات سياحية و المسابح لكل من :

- ميلة

- فرجيوة

- شلغوم العيد

- تاجنانت

- تلاغمة

7- مضمون المقترحات :

يجب أن تعالج المقترحات لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتشجيع الاستثمار الهاتف/فاكس:
031.57.88.17

العنوان :طريق لخضر بن قربة- ميلة- وتشمل على الأقل المعلومات التالية :

- الاسم، النوعية، المراجع، والمعلومات المقدمة للطلب.

- وصف معدات الاستثمارات، النشاطات ذات الصلة وكذا تبلغ مساحات المشروع.

- التركيب، تحديد طبيعة ونوع التمويل التي تشكل الهيكل المالي.

- تحديد الشخصية المهنية .

8- زيارة المواقع (أماكن):

- الولاية تتيح للمستثمرين أكثر من 14 موقع لتحقيق المشاريع الاستثمارية في مجال السياحة.

- الأشخاص الراغبين في هذا العرض يمكنهم زيارة الأماكن بناء على طلب من سيد مدير DEMEPI.¹

¹ مقال السيد والي ولاية ميلة في الجريدة اليومية بمناسبة اليوم الدراسي حول الإستثمار في ولاية ميلة المنعقد بدار الثقافة للولاية يوم 29 سبتمبر 2011.

خلاصة الفصل :

نستخلص مما سبق أن ولاية ميلة تمتلك فرص استثمار كبيرة في المجال السياحي نظرا لإمكانياتها الطبيعية المتعددة، إلا أنها لم تستغل بشكل صحيح لتساهم في عملية التنمية، لذلك تسعى الحكومة إلى تحسين مناخ الإستثمار بتدليل العراقل التي تواجه المستثمرين، و إرساء قوانين خاصة به تحميه و تجعله واضح الملامح.

الخاتمة

توصلنا في ختام هذه الدراسة إلى أن السياحة أصبحت تشكل صناعة هامة في الاقتصاد العالمي بعدما كانت عبارة عن نشاط يعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن الرزق والعلم والمعرفة والأمن، حيث عرفت تطورا ونموا مذهلين خاصة بعد الحرب العالمية الثانية والتطور التكنولوجي الذي عرفه العالم في شتى المجالات خاصة مجال النقل، الاتصال، الإعلام...

وتؤدي السياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول ويتجلى ذلك من خلال آثارها الإيجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحقيق إيرادات بالعملة الصعبة كما أنها مجال واسع لجذب رؤوس الأموال الأجنبية، وتعمل على نقل التقنيات والتكنولوجيا الجديدة ومهارات الإدارة الحديثة، كما تساهم بشكل غير مباشر في تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى كالبناء، الفلاحة...

هذه الأهمية جعلت الكثير من الدول المتقدمة والنامية تهتم بالقطاع السياحي والاستثمار فيه، وتعمل على تطويره ليحقق الأهداف المنتظرة منه، فلقد استطاعت دول جنوب شرق آسيا أن تحقق نموا هاما بعد إدراكها لأهمية السياحة في التنمية الشاملة مما جعلها تمنحها الأولوية في برامجها التنموية فأصبحت مقصدا ينافس الدول الرائدة في هذا المجال ووجهة مفضلة للعديد من السواح.

وبالرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع إلا أن الجزائر لم تهتم به بعد الاستقلال رغم امتلاكها لمؤهلات وموارد سياحية عديدة ومتميزة بسبب المنهج الاقتصادي المتبع آنذاك والمعتمد على الصناعات المصنعة، تمثل ذلك في قلة الاستثمارات المخصصة للقطاع في جميع مخططات التنمية، وبعدها اتخذت الجزائر سبيلها إلى طريق الإصلاح أصبح تنويع الاقتصاد والموارد ضرورة حتمية تفرض عليها انتهاج سياسة سياحية جديدة تهدف إلى ترقية وتطوير المنتج السياحي الجزائري والاهتمام بالاستثمار فيه بخلق المناخ الملائم لذلك.

النتائج

- مكننا دراستنا لهذا البحث من الاجابة على الفرضيات المطروحة في المقدمة بالشكل التالي:
- إن السياحة قطاع اقتصادي هام يشكل صناعة حقيقية تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث تعبر عن رغبة الانسان في التنقل وتفتح المجال لخلق فرص العمل وتساعد على جلب العملة الصعبة وتدفق رؤوس الاموال ورفع مستوى المداخل وتساهم في تنشيط القطاعات الأخرى.
 - إن الاستثمار في القطاع السياحي يمتاز بخصائص تميزه عن القطاعات الاقتصادية الأخرى إذ يحتاج إلى حجم كبير من التمويل، وطول فترة الانجاز والمردودية كما أن عائدته قليل.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم و مراجعة الأداء و الإستثمار في البورصة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 2- جمال حلاوة و علي صالح، مدخل الى علم التنمية، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.
- 3- هوشيار معروف، الإستثمار و الأسواق المالية، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 4- و داد أحمد كيكسو، العولمة و التنمية الإقتصادية، دار الفارس للنشر و التوزيع، الأردن، 2002.
- 5- زياد رمضان، مبادئ الإستثمار المالي و الحقيقي، دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، الأردن، 2007.
- 6- زيد منير عبودي، فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي، دار كنوز للمعرفة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- 7- حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2001.
- 8- حسن خلف فليح، الاقتصاد الكلي، جدار للكتاب العالمي للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- 9- يسرى دعبس، العولمة السياحية و واقع الدول المتقدمة و الدول النامية، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2002.
- 10- لمياء السيد فتحي الزرقاوي، السوق السياحي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 11- مدحت القرشي، التنمية الإقتصادية، نظريات و سياسات و موضوعات، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
- 12- مولود ديدان، مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء، الجزائر، 2007.
- 13- محمد البناء، إقتصاديات السياحة و وقت الفراغ، مطابع الولاء الحديثة، الأردن، 1999/1998.
- 14- محمود حسين الوادي، أحمد عارف العساف، الإقتصاد الكلي، دار الميسرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.
- 15- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1999.

16- ناظم محمد نوري الشمري و آخرون، أساسيات الإستثمار العيني و المالي ، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 1999.

17- نزار سعد الدين العيسى و إبراهيم سليمان قطف ، الإقتصاد الكلي مبادئ و تطبيقات ، دار الحامد للنشر و التوزيع ،عمان، 2006.

18- عبد الجبار عبد الله سعيد الصلوفي ، السياحة في اليمن ، إصدارات وزارة الثقافة والسياحة، صنعاء، اليمن الطبعة 2004.

19- علي العطار، التنمية الإقتصادية و البشرية، دار العلوم العربية، بيروت لبنان، 2005.

20- عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان الأردن 2008.

21- عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2003.

22- صبري عبد السميع ،التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية مكتبة حامد للنشر والتوزيع ، الأردن، 2006.

23- رواء زكي يونس الطويل، التنمية المستدامة و الأمن الإقتصادي، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، 2010.

24- شوام بوشامة ، تقييم و إختيار الإستثمار، دار العرب للنشر و التوزيع ، الجزائر، 2000.

25- خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية ،إدارة الفنادق جامعة العلوم التطبيقية ،دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية 2003.

26- القطاع السياحي في المغرب، الواقع والأفاق، دراسة تحليلية نقدية مقارنة، دار شركة البيادر، أكد الرباط، 1981.

مذكرات التخرج:

1- حيزية حاج الله، الإستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص نفود مالية و بنوك ، جامعة البليدة ، ماي، 2007/2006/2005.

2- حمزة سلاحي وآخرون، دور التسويق في القطاع السياحي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس جامعة سطيف ، 2004/2003.

- 3- مروة بوسعيد و آخرون، دور التسويق الإلكتروني في تنشيط السياحة في الجزائر، دراسة حالة مديرية السياحة لولاية ميله و وكالة سيفاتي للسياحة و السفر، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص مالية، المركز الجامعي لميلة ، 2011/2010.
- 4- علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001/2000

المنشورات:

- 1- مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميله، ملية بين الحاضر و المستقبل.
- 2- مديرية السياحة لولاية ميله، عرض حال حول السياحة بولاية ميله، مقدم بمناسبة انعقاد دورة المجلس الشعبي الولائي، ديسمبر 2009.
- 3- مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية ميله، السياحة بميلة واقع و آفاق، 2007 .
- 4- وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية 2013/2004.
- 5- مقال السيد والي ولاية ميله في الجريدة اليومية بمناسبة اليوم الدراسي حول الإستثمار في ولاية ميله المنعقد بدار الثقافة للولاية يوم 29 سبتمبر 2011

مواقع الإنترنت:

- 1- [http :star.algerie. Ahla.montada.net/t869-topic.](http://star.algerie.Ahla.montada.net/t869-topic)
- 2- http://www.annasronline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33
- 020:2012-05-07-18-53-28&catid=35:2009-04-13-14-10-18&Itemid=2
- 3- ص.بوضياف، تاريخ التعديل: الاثنين، 07 ماي 2012 ، تاريخ التحميل: 10 ماي 2012، ساعة 16:40.

الجرائد:

- المادة 2، مرسوم تنفيذي رقم 10-257، المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63.