



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

بعنوان

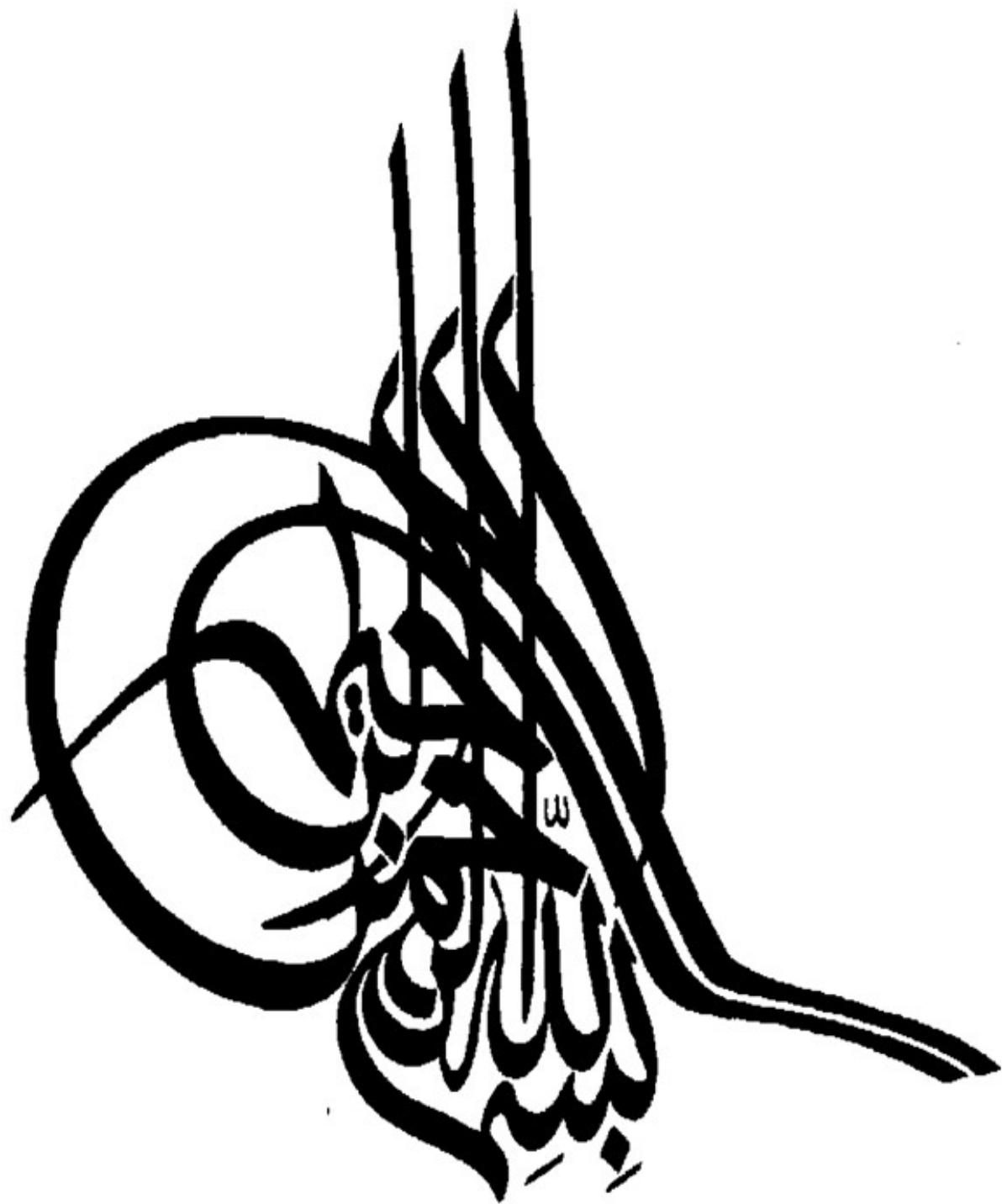
الإستثمار السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة
دراسة مقارنة (الجزائر، المغرب، الإمارات العربية المتحدة)

إشراف الدكتورة:
وقنوني باية

من إعداد الطالبة:
حمري نجود

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الدرجة العلمية	الاسم واللقب
رئيسا	جامعة البويرة	أستاذ محاضر - أ-	طحطاح أحمد
مشرفا ومقررا	جامعة البويرة	أستاذ محاضر - أ-	وقنوني باية
ممتحنا	جامعة البويرة	أستاذ محاضر - أ-	بوداود حميدة
ممتحنا	جامعة البويرة	أستاذ محاضر - أ-	العمرى الحاج
ممتحنا	جامعة بسكرة	أستاذ	بن عيشي عمار
ممتحنا	جامعة تيارت	أستاذ محاضر - أ-	بوهدة محمد



شكر و عرفان

لك الحمد يا رب حمدا كثيرا مباركا ملئ السموات والأرض على ما أكرمتني به لإتمام هذا العمل

الذي أرجو أن ترفعي به درجات عندك يا الله

كما أوجه كل الشكر والإمتنان إلى المشرفة الدكتورة: وقنوني باية

على تفضلها بالإشراف على هذا البحث في سبيل مساعدتي ومدى بالنصائح والتوجيهات

العلمية والمنهجية التي أغنت البحث ليظهر بحلته الحالية..

وأوجه شكري الجزيل إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تكريمهم لقراءة ومناقشة هذا

العمل .

الشكر موصول أيضا لكل من علمني حرفا في هذه الدنيا الفانية وإلى كل من ساندني من قريب

أو بعيد ولو بكلمة طيبة أو بدعاء.

إهداء

إلى أمي الحنوننة... التي لن أجد الكلمات المناسبة التي تمنحها حقها، فهي ملحمة الحب وفرحة العمر ومثل للجهاد الحقيقي لمرض يهد الجبال، فاللهم أكشف الضر عنها مثل ما كشفته عن سيدنا أيوب.

إلى والدي المبجل... صاحب السيرة العطرة، قدوتي ومثلي الأعلى في الحياة.

إلى زوجي المخلص... الذي تحملني طيلة إنجاز هذا البحث.

إلى الذين أرى العالم في ضحكتهم... إلى الذين أشد بهم أزمي... إلى أولادي قرة عيني وسر

سعادتي على الأرض رجاء، لينة، شمس الدين آدم، محمد الأمين.

إلى أخواتي اللواتي كن لي العضد والسند رشيدة، أمينة، نوال

ولا أنسى أبدا أن أهدي هذا البحث لكل زملائي دفعة 1996 تجارة دولية جامعة المسيلة

والذين بقيت أسماؤهم محفورة في ذاكرتي

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر ودورها التنموي بأسلوب حديث يربط بين الاقتصاد والبيئة، مقترنا بمقاربات الاستدامة لتحقيق التنمية بأبعادها الثلاثة كخطوة للتحويل نحو الاقتصاد الأخضر الذي يعد أداة لتحقيق التنمية المستدامة، لكن طبيعة التطور الذي حكم ولازال يحكم القطاع السياحي وإستثمارته في الجزائر أدت الى إخفاق النماذج والسياسات المنتهجة التي حاولت أن تجعل من الإستثمار السياحي في الجزائر أداة لتحقيق التنمية المستدامة، الأمر الذي دفع بصناع القرار في الجزائر إلى التكيف مع الواقع وليس العمل على تغييره، لتكون النتيجة في النهاية تناقض كبير بين المتوقع والمنجز في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)، في ظل غياب رقابة جادة تعمل على تقييم وتقويم التخطيط السياحي، لمنع هدر الإمكانيات السياحية في بلد يملك كل مقومات الجذب السياحي، وهذا ما أكدته النتائج المتوصل إليها عند مقارنة أداء الإستثمار السياحي للجزائر مع كل من المغرب والإمارات.

في ظل هذه الوضعية لم تغلح الجزائر في التفعيل الايجابي للتنوع الاقتصادي ليتحول اقتصادها من إقتصاد ريعي إلى إقتصاد أخضر تدر فيه السياحة أضعافا مضاعفة مما يدره برميل النفط، حيث لم يتحسن التسيير ولم تتضح الأهداف ولم ينتقل الإصلاح من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الاستثمار، لتتوصل في الأخير أن الإستثمار السياحي في الجزائر لم يستطع أن يغير من معدل البطالة ولم تكن له مساهمة فعالة في إجمالي الناتج المحلي ولم يراعي الشروط البيئية، هذا ما صعب من تحقيق الحد المطلوب من أهداف التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار السياحي، التنافسية السياحية، أداء الإستثمار السياحي، التنمية المستدامة، الاقتصاد الأخضر.

Summary:

This study aims to shed light on the reality of tourism investments in Algeria and its developmental role in a modern way that links the economy and the environment, coupled with sustainability approaches to achieve development in its three dimensions as a step towards the transition towards a green economy, which is a tool for achieving sustainable development, but the nature of development that governs and still governs the tourism sector and its investments In Algeria, this led to the failure of the models and policies adopted that tried to make tourism investment in Algeria a tool for achieving sustainable development, which prompted decision-makers in Algeria to adapt to reality and not work to change it, so that the result in the end is a great contradiction between the expected and accomplished in the master plan The Tourism Development Authority (SDAT), in the absence of a serious oversight that works on evaluating and evaluating tourism planning, to prevent wasting tourism potential in a country that has all the elements of tourist attractions, and this was confirmed by the results obtained when comparing the performance of tourism investment in Algeria with both Morocco and the UAE.

In light of this situation, Algeria has not succeeded in positively activating economic diversification to transform its economy from a rentier economy to a green economy in which tourism generates many times more than the barrel of oil generates. Tourism investment in Algeria was not able to change the unemployment rate and did not have an effective contribution to the gross domestic product and did not take into account the environmental conditions, this is what is difficult to achieve the required limit of sustainable development goals..

Keywords: tourism investment, tourism competitiveness, tourism performance, sustainable development, green economy, sustainable tourism development.

Résumé :

Cette étude vise à éclairer la réalité des investissements touristiques en Algérie et son rôle de développement d'une manière moderne qui lie l'économie et l'environnement, couplée à des approches de durabilité pour réaliser le développement dans ses trois dimensions comme une étape vers la transition vers un environnement vert. économique, qui est un outil de développement durable, mais la nature du développement qui régit et régit encore le secteur touristique et ses investissements En Algérie, cela a conduit à l'échec des modèles et politiques adoptés qui tentaient de faire de l'investissement touristique en Algérie un outil de développement durable, qui a incité les décideurs algériens à s'adapter à la réalité et à ne pas travailler à la changer, de sorte que le résultat final est une grande contradiction entre l'attendu et le réalisé dans le schéma directeur. La Société de Développement du Tourisme (SDAT), en l'absence d'une surveillance sérieuse qui travaille sur l'évaluation et l'évaluation de la planification du tourisme, pour éviter de gaspiller le potentiel touristique dans un pays qui possède tous les éléments d'attractions touristiques, et cela a été confirmé par les résultats obtenus lors de la comparaison des performances de l'investissement touristique en Algérie avec le Maroc et les Emirats Arabes Unis.

Face à cette situation, l'Algérie n'a pas réussi à activer positivement la diversification économique pour transformer son économie d'une économie de rente à une économie verte dans laquelle le tourisme génère plusieurs fois plus que le baril de pétrole ne génère. le taux de chômage et n'ont pas eu une contribution effective au produit intérieur brut et n'ont pas tenu compte des conditions environnementales, c'est ce qui est difficile d'atteindre la limite requise des objectifs de développement durable

Mots clés : investissement touristique, compétitivité du tourisme, performance du tourisme, développement durable, économie verte, développement durable du tourisme.

فهرس المحتويات

	الملخص
I	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
IX	فهرس الأشكال
أ-ز	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي
12	تمهيد
13	المبحث الأول: طبيعة الاستثمار
13	المطلب الأول: مفهوم ومبادئ الاستثمار
18	المطلب الثاني: مجالات الاستثمار
21	المطلب الثالث: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر
25	المبحث الثاني: مدخل الى السياحة والتسويق السياحي
25	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة
34	المطلب الثاني: صناعة السياحة في العالم
42	المطلب الثالث: التسويق السياحي، مفهومه، خصائصه، اهدافه ومتطلباته
53	المبحث الثالث: ماهية الاستثمار السياحي ومجالاته وعوائقه
54	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وخصائصه
56	المطلب الثاني: مجالات الاستثمار السياحي ودوافعه
63	المطلب الثالث: مناخ الاستثمار السياحي وعوائقه
68	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: أساسيات حول التنمية السياحية المستدامة
70	تمهيد
71	المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة
71	المطلب الأول: نشأة التنمية المستدامة، مفهومها واهدافها
79	المطلب الثاني: مبادئ وركائز التنمية المستدامة والأطراف الفاعلة فيها
86	المطلب الثالث: مؤشرات التنمية المستدامة
88	المبحث الثاني: الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة
88	المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الأخضر، خصائصه وعوامل نشأته
92	المطلب الثاني: أهداف الاقتصاد الأخضر

97	المطلب الثالث: آلية التحول نحو الاقتصاد الأخضر، تكلفته وقياسه
102	المبحث الثالث: التنمية السياحية المستدامة
102	المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية، أهميتها، عناصرها ومتطلباتها
107	المطلب الثاني: التحول نحو السياحة المستدامة
110	المطلب الثالث: التخطيط المستدام للتنمية السياحية
115	المبحث الرابع: البيئة والتنمية السياحية المستدامة
115	المطلب الأول: تقنين أخلاقيات السياحة المستدامة
118	المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية المستدامة، مبادئها واستراتيجياتها
121	المطلب الثالث: تجارب ناجحة عن السياحة البيئية ودورها في التنمية السياحية المستدامة
129	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : تطور حجم الاستثمار السياحي في العالم ودوره التنموي	
131	تمهيد
132	المبحث الأول: تطور حجم الاستثمارات الأجنبية في العالم
132	المطلب الأول: مؤشرات الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم
135	المطلب الثاني: نصيب الدول العربية من حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة
141	المطلب الثالث: مؤشرات ضمان جاذبية الاستثمار في الدول العربية
147	المبحث الثاني: نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات في العالم ومؤشراتها
147	المطلب الأول: تطور حجم الاستثمارات السياحية
149	المطلب الثاني: الاستثمار في أماكن الجذب السياحي
157	المطلب الثالث: صناعة الضيافة والاستثمار السياحي
163	المبحث الثالث: آثار الاستثمار السياحي على قضايا التنمية في العالم
163	المطلب الأول: التدفقات السياحية في العالم
168	المطلب الثاني: الآثار المباشرة للاستثمار السياحي على التنمية المستدامة
176	المطلب الثالث: الآثار غير المباشرة للاستثمار السياحي على التنمية المستدامة
178	المبحث الرابع: أثر تفشي فيروس كوفيد 19 على صناعة السياحة في العالم
178	المطلب الأول: الأزمات التي أثرت على قطاع السياحة واستثماراته في العالم
186	المطلب الثاني: فيروس كورونا المستجد (COVID-19) وتداعياته على الاقتصاد العالمي
193	المطلب الثالث: قراءة في انعكاسات جائحة الكورونا على صناعة السياحة في العالم وخطط إنعاشها
200	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر وفق متطلبات التنمية المستدامة	

202	تمهيد
203	المبحث الأول: مكانة القطاع السياحي ضمن القطاعات الاقتصادية في الجزائر (1967-2020)
203	المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الجزائر
214	المطلب الثاني: سمات الاستثمار السياحي في الجزائر للفترة (1967-2000)
219	المطلب الثالث: سمات الاستثمارات السياحية في الألفية الثالثة (2000-2020)
229	المبحث الثاني: تقييم مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في إطار التنمية المستدامة
229	المطلب الأول: قوانين الاستثمار في الجزائر
237	المطلب الثاني: قوانين حماية البيئة في الجزائر في ظل التنمية المستدامة
240	المطلب الثالث: الأجهزة والهيئات المكلفة بترقية الاستثمار وحماية البيئة في الجزائر
246	المطلب الرابع: الامتيازات الممنوحة والضمانات الخاصة بالاستثمار السياحي وأهم العراقيل
251	المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030
251	المطلب الأول: معالم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030
254	المطلب الثاني: مشاريع الاستثمار السياحي ذات الأولوية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
257	المطلب الثالث: الديناميكيات الخمس لمخطط التهيئة السياحية 2030
262	المبحث الرابع: دور الاستثمار السياحي في قضايا التنمية في الجزائر
263	المطلب الأول: دور الاستثمار السياحي في تحقيق البعد الإقتصادي للتنمية المستدامة في الجزائر
265	المطلب الثاني: دور الاستثمار السياحي في تحقيق البعد الإجتماعي للتنمية المستدامة في الجزائر
268	المطلب الثالث: دور الاستثمار السياحي في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة في الجزائر
270	خلاصة الفصل
	الفصل الخامس: تقييم أداء الإستثمار السياحي في دول المقارنة (الجزائر، المغرب الإمارات العربية)
272	تمهيد
273	المبحث الأول: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في المغرب
273	المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في المغرب
279	المطلب الثاني: مكانة القطاع السياحي في المغرب
284	المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في المغرب
288	المبحث الثاني: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الامارات العربية المتحدة
288	المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الامارات العربية المتحدة

293	المطلب الثاني: واقع القطاع السياحي في الإمارات العربية المتحدة
296	المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الإمارات
203	المبحث الثالث: دراسة مقارنة أداء الاستثمار السياحي في كل من الجزائر، المغرب، والإمارات (قبل وأثناء الجائحة)
203	المطلب الأول: المقارنة على أساس العرض والطلب السياحي
311	المطلب الثاني: المقارنة على أساس مساهمة الاستثمار السياحي في قضايا التنمية المستدامة
315	المطلب الثالث: المقارنة على أساس مؤشرات التنافسية العالمية
329	المطلب الرابع: المقارنة على أساس تقييم الرؤى واستراتيجيات التنمية السياحية (قبل وأثناء الجائحة)
340	خلاصة الفصل
342	خاتمة
350	قائمة المراجع
372	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الفرق بين الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر	20
02	الوظائف المستحدثة في ظل الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر لعام 2050	95
03	تكلفة التحول نحو الاقتصاد الأخضر	100
04	المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية	119
05	الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم ونشاط الشركات الأجنبية	133
06	تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة والصادرة في العالم	134
07	اتجاهات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية 2004-2019	136
08	عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر وتكلفتها في الدول العربية لسنتي 2018-2019	137
09	الأقاليم المستثمرة في الدول العربية لعام 2019	138
10	أهم الدول المستثمرة في المنطقة العربية لعام 2019	139
11	ترتيب الدول العربية في مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية سنة 2019	141
12	أداء مجموعات الدول العربية في مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية 2019	142
13	قيم مؤشر مجموعة العوامل الكامنة في الدول العربية 2013-2019	145
14	أداء الدول العربية في مؤشر العوامل الخارجية الايجابية لعام 2019	146
15	حجم الاستثمارات السياحية في العالم	147
16	أنواع جاذبية الأماكن السياحية	150
17	أشهر استثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن أوربية وأمريكية	151
18	أشهر استثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن آسيوية	154
19	أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن افريقية وعربية	156
20	أبرز الدول التي تمتلك فنادق 5 نجوم	158
21	الدول صاحبة أكبر عدد من الفنادق المظلة على الشواطئ في العالم لسنة 2018	159
22	أفضل عشر استثمارات مطاعم في العالم	161
23	تطور عدد السياح الدوليين الفترة 1995-2019	164
24	أكثر الدول جذبا للسياح عام 2019	166
25	بنود الميزان السياحي	169
26	إيرادات السياحة الدولية للفترة 1995-2019	170
27	نسبة المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة والسفر في العالم لسنة 2019	172

173	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لعشر الدول الأولى في العالم 2019	28
175	مساهمة قطاع السفر والسياحة في GDP والتشغيل حسب الأقاليم عام 2019	29
180	تأثير السارس SARS على صناعة السفر والسياحة في الصين لعام 2003	30
183	تأثير سيناريو الحرب العراق 2003 على أكبر 10 اقتصادات في مجال السياحة والسفر	31
184	تأثير الأزمة المالية العالمية 2008 على صناعة السياحة في العالم	32
186	أثر الأزمة المالية العالمية على صناعة السياحة حسب الأقاليم	33
190	عدد الإصابات المؤكدة والموتى في 10 دول الأكثر إصابة في العالم حتى 7 جانفي 2021	34
206	قائمة لمواقع التراث العالمي في الجزائر مصنفة من طرف اليونسكو	35
210	تطور عدد الفنادق وطاقت الإيواء في الجزائر للفترة 1995-2020	36
215	حجم الاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية للفترة 1967-1989	37
216	طاقات الإيواء المنجزة خلال المخططات التنموية 1967-1989	38
218	طاقات الإيواء المنجزة حسب الطابع خلال الفترة 1990-2000	39
219	طاقات الإيواء حسب الطبيعة القانونية للفترة 1990-2000	40
220	توزيع الاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية للفترة 2001-2014	41
221	توزيع طاقات الإيواء حسب النشاط السياحي للفترة 2001-2014	42
222	تطور الحظيرة الفندقية حسب الدرجة للفترة 2000-2014	43
222	توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة 2000-2014	44
224	مشاريع الاستثمار السياحي طور الإنجاز (2015-2020)	45
224	مشاريع الاستثمار السياحي المتوقفة (2015-2020)	46
225	مشاريع الاستثمار السياحي غير المنطلقة (2015-2020)	47
226	تطور حجم مشاريع الاستثمار السياحي المنجزة (2015-2020)	48
227	توزيع طاقات الإيواء حسب فئة التصنيف (2015-2020)	49
253	الأهداف الكمية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للفترة 2008-2015	50
254	الفنادق المنطلقة أو في طور الانطلاق في الأقطاب السياحية للإمتياز	51
256	الجيل الجديد من المنتجعات بالأقطاب السياحية (القرى السياحية للإمتياز)	52
260	مسار الانخراط في مخطط الجودة السياحي حتى سنة 2020	53
263	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 2006-2019	54
264	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ونسبة مساهمتها في الصادرات	55
264	تأثير السياحة على الميزان التجاري في الجزائر 2006-2019	56
265	متوسط الإيراد السياحي من كل سائح للجزائر 2006-2019	57

266	مساهمة الاستثمارات السياحية في توفير فرص العمل في الجزائر 2006-2019	58
276	تطور الطاقة الفندقية في المغرب للفترة 1990-2020	59
277	تطور طاقات الايواء في المغرب حسب الصنف للفترة 2012-2020	60
286	تمويل صندوق رينوفتيل للمنشآت السياحية بالمغرب	61
303	تطور الحظيرة الفندقية والاستثمارات الأجنبية في الجزائر، المغرب والإمارات للفترة 2000-2019	62
306	تطور عدد السياح ولبالي المبيت في الجزائر، المغرب والإمارات للفترة 2000-2019	63
308	أهم الدول المصدرة للسياح في دول المقارنة للفترة 2015-2019	64
310	مقارنة عدد السياح الوافدين بعدد سكان دول المقارنة للفترة 2000-2019	65
312	رصيد الميزان السياحي لدول المقارنة للفترة 2000-2019	66
314	المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في التوظيف بدول المقارنة	67
316	قياس الأداء الاقتصادي لدول المقارنة حسب مؤشرات التنافسية العالمية لعام 2019	68
319	مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول المقارنة سنتي 2017 و 2019	69
329	تقييم حصيلة الرؤية الإستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للجزائر	70
331	تقييم حصيلة الرؤى الإستراتيجية للتنمية السياحية للمغرب	71
334	تقييم نتائج حصيلة رؤية الإمارات 2021	72
334	المؤشرات الكمية للرؤى الإستراتيجية للتنمية السياحية في الإمارات سنة 2019	74

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
22	أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر	01
24	أنواع الاستثمار الأجنبي	02
36	أبعاد العولمة	03
43	مفهوم التسويق السياحي الحديث	04
45	هدف التسويق السياحي الحديث	05
47	أنواع الأسواق السياحية	06
50	أشكال الطلب السياحي	07
51	مكونات السوق السياحي	08
52	أنشطة سلوك المستهلك	09
62	دوافع الاستثمار السياحي	10
80	ركائز التنمية المستدامة	11
81	الأطراف الفاعلة في تنفيذ التنمية المستدامة	12
93	علاقة الاقتصاد الأخضر بالتنمية المستدامة	13
96	الفرق بين سيناريو الاستثمار الأخضر ونهج العمل المعتاد لبعض المتغيرات	14
105	المكونات الرئيسية لمحتوى التنمية السياحية	15
114	مراحل التخطيط السياحي المستدام	16
138	الاستثمار الأجنبي المباشر في أكبر 5 دول عربية مستقبلية (% من إجمالي التكلفة الاستثمارية)	17
139	الأقاليم المستثمرة في الدول العربية حسب التكلفة الاستثمارية	18
142	تطور قيم وترتيب مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية في جاذبية الاستثمار في الدول العربية	19
143	أداء مجموعات الدول العربية سنة 2019 في مؤشر المتطلبات الأساسية	20
144	تطور قيم مؤشر مجموعة العوامل الكامنة في الدول العربية 2013-2019	21
144	أداء مجموعات الدول العربية في مؤشر العوامل الكامنة 2019	22
146	تطور قيم مؤشر مجموعة العوامل الخارجية الايجابية في الدول العربية 2013-2019	23
165	توقعات نمو عدد السياح الدوليين آفاق عام 2030	24
165	توقعات عدد السياح الدوليين حسب الأقاليم آفاق 2030	25
167	تطور الإنفاق السياحي الكلي العالمي للفترة 1995-2019	26
171	أكثر 10 دول تحقق أعلى الإيرادات السياحية في العالم لسنة 2018	27

188	إجمالي الأثار البشرية لفيروس الكورونا COVID-19 حتى جانفي 2021	28
191	أثر فيروس الكورونا المستجد على الاقتصاد العالمي	29
195	السيناريوهات المحتملة لتأثير الجائحة على عدد السياح سنة 2020	30
215	نصيب الاستثمارات السياحية ضمن البرامج التنموية 1967-1989	31
226	وضعية الاستثمارات السياحية للفترة 2015-2020	32
228	تطور طاقات الإيواء حسب طابع النشاط السياحي للفترة 2015-2020	33
228	توزيع طاقات الإيواء حسب الطابع القانوني 2015-2020	34
255	توزيع طاقات الإيواء بالأقطاب السياحية للامتياز ضمن برامج الأولوية	35
257	الوضع الجديد للسياحة الجزائرية: الديناميكيات الخمس التأسيسية	36
259	الأقطاب السياحية للامتياز	37
287	رؤية الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة للمغرب	38
307	تطور عدد السياح الدوليين لدول المقارنة للفترة 2000-2019	39
311	نسب مساهمة إجمالي القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة الفترة 2000-2019	40
313	رصيد الميزان التجاري لدول المقارنة للفترة 2000-2019	41
314	نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في التوظيف لدول المقارنة للفترة 2000-2019	42
316	ترتيب دول المقارنة حسب مؤشر التنافسية العالمية 2019	43
320	المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في بلدان المقارنة (2017-2019)	44
320	الأداء السياحي لكل من الجزائر، المغرب، الإمارات عام 2019	45
321	ترتيب دول المقارنة في مؤشر البيئة التمكينية عام 2019	46
322	ترتيب دول المقارنة في مؤشر السياسات والظروف التمكينية عام 2019	47
326	ترتيب دول المقارنة في مؤشر البنية التحتية عام 2019	48
338	ترتيب دول المقارنة في مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية عام 2019	49

مقدمة

تعتبر السياحة صناعة عالمية لها مكانتها في الاقتصاد العالمي، وهي ظاهرة اقتصادية واجتماعية وثقافية وحضارية وبيئية تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل، كما أنها قطاع مهم في التجارة الدولية، حيث تمثل إحدى المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات وتساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وتشجيع الاستثمار السياحي.

وتوضح مؤشرات السوق الدولية الحالية أن النظام التجاري الدولي الجديد استطاعت مؤسساته عبر آلياتها تغيير طبيعة الجغرافيا الاقتصادية للسوق الدولية، والتوجه نحو قطاع يحقق تنمية اقتصادية من خلال قطاع السياحة الذي تحتل موقعا متميزا لكثير من البلدان التي تدرك جيدا أهمية دعم السياحة بجميع أشكالها، لما تحققه من عوائد وجلب للعملة الصعبة وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحسين الظروف المعيشية للسكان وإشراكهم في التخطيط السياحي، مما يخلق ثقافة الالتزام بضرورة تطوير السياحة.

وتحتل صناعة السياحة اليوم المرتبة الثالثة من الصادرات العالمية، حيث بلغ إنفاق السياح الدوليين 1.7 تريليون دولار سنة 2019 (6.8% من إجمالي الصادرات و27.4% من صادرات الخدمات العالمية)، ويساهم بـ10.3% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي المقدر بحوالي 8.9 تريليون دولار، كما تستوعب السياحة 12% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، مما يثبت قوة قطاع السياحة والسفر كأحد أكبر القطاعات المساهمة في التنمية الاقتصادية في العالم.

هذا وإن الدول السياحية الرائدة اليوم تتميز بتقديم عروض سياحية متنوعة بالمواسفات والمزايا المطلوبة (من فنادق، مطاعم، منتزهات، أماكن ترفيه، قرى سياحية، إلى البنية التحتية المتطورة من طرق، مطارات، مواصلات... إلى التسهيلات المتمثلة في نشاط وكالات السياحة والسفر... الخ)، وهذا العرض المميز يتطلب وضع إستراتيجية للاستثمار السياحي الخاصة بكل دولة كجزء من خطة سياحية تنموية، خاصة فيما يتعلق باستدامة الموارد البيئية، حيث تغيرت النظرة التنموية من فكر تقليدي إلى فكر حديث يربط بين الاقتصاد والبيئة، مما أتاح للقطاع السياحي إعادة رسم ملامحه كقطاع أخضر ضمن القطاعات الخضراء العشرة للاقتصاد الأخضر التي حددها برنامج الأمم المتحدة للبيئة، هذا البرنامج الذي يدعو إلى دعم السياحة البيئية المستدامة فضلا عن حماية المنشآت السياحية من الاستثمارات التي تلحق تدهورا بالبيئة دون أي مقايضة بين التنمية الاقتصادية والنظام الايكولوجي، وفي هذا الصدد ظلت جهود الجزائر منذ عام 2001 إلى يومنا هذا بالتوجه نحو البيئة، أين أدرك صناع القرار أن الاستثمارات السياحية هي التي تقود صناعة السياحة إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلد بما يضمن التوازن البيئي، حيث اعتبرت السياحة جزء من أجندة التنمية الخضراء، وتوسع الفكر القانوني الجزائري إلى ضرورة الاهتمام بتنظيم تشريعي لحماية البيئة من الاستثمارات التي تخل بالتوازن البيئي والمواقع السياحية، سواء كنت طبيعة أو صناعية أو حضارية أو ساحلية، وهكذا حظيت القضايا البيئية باهتمام واسع على مستوى التشريع الداخلي للدولة الجزائرية من خلال القانون رقم 03-10 المتعلق

بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة الذي يعد أهم قانون في الجزائر يجسد حماية أفضل للبيئة بما يتناسب ومتطلبات التنمية المستدامة ومبادئها، ولإعطاء فرصة أكثر لنجاح وجاذبية الاستثمارات السياحية سعت الدولة إلى تحسين مناخ الاستثمار لجذب رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التكنولوجيا وتوطينها بتوسيع دائرة المزايا والحوافز والضمانات من خلال قانون ترقية الاستثمار عام 2016، بل ذهبت إلى أبعد من ذلك في قانون المالية التكميلي لسنة 2020 أين عدلت من القاعدة 49-51 التي ستفتح آفاق جديدة للاستثمار الأجنبي المباشر بعد عام 2021.

ولجعل الإستثمار السياحي مساهم في التنمية كبديل لقطاع المحروقات تبنت الدولة أيضا رؤية إستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) لمعالجة مختلف النقائص التي تعاني منها السياحة الجزائرية بشراكة فعالة بين القطاع العام والخاص، حيث حدد هذا المخطط كل الأهداف الكمية والنوعية المراد بلوغها، في خطوة منه لإنعاش صناعة السياحة بتوسيع قدراتها والعمل على تسويقها لتعزيز صورة الجزائر السياحية.

1- إشكالية البحث:

اليوم الجزائر تعلق آمال كبيرة على الإستراتيجية الجديدة التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) أفاق 2030 الذي يركز على دعم هياكل الاستقبال كما ونوعا، وإعداد البرامج الترويجية لجذب أكبر عدد ممكن من السياح والزوار. ومما سبق ذكره تتحدد معالم الإشكالية التي نريد علاجها في طرح التساؤل الرئيسي المتمثل في ما يلي:

كيف تساهم الاستثمارات السياحية في تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر مقارنة بالمغرب والإمارات العربية المتحدة؟

وتحت هذا التساؤل الرئيسي يمكن وضع الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المفهوم التنموي الحديث للاستثمار السياحي؟
 - ما هو واقع الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030؟
 - كيف تساهم الاستثمارات السياحية في الجزائر على تحقيق الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة؟
 - هل الإطار القانوني والتشريعي في الجزائر ملائم لجذب إستثمارات سياحية أجنبية؟
 - كيف كان أداء الاستثمار السياحي للجزائر ضمن متطلبات التنمية المستدامة مقارنة بدولتي المغرب والإمارات العربية؟
- الفرضية الرئيسية:**

يستند البحث على فرضية أساسية هي أن: الاستثمارات السياحية في الجزائر تعمل على تحقيق التنمية المستدامة.

2- فرضيات الدراسة:

- من أجل معالجة الإشكالية المطروحة كان علينا وضع الفرضيات التالية:
- يهتم الإستثمار السياحي بالإئفاق على كل المشاريع السياحية، وينظر إليه نظرة مقترنة بمقاربات الاستدامة التي تحقق تنمية متوازنة وعادلة؛
- حظيت الاستثمارات السياحية بالأهمية اللازمة في الخطط والسياسات التنموية في الجزائر، لا سيما في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030؛
- تساهم الاستثمارات السياحية في الجزائر على تحقيق البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للتنمية المستدامة؛
- تتوفر اليوم العديد من الحوافز في مناخ الاستثمار في الجزائر، والتي تشكل عامل جذب للاستثمارات السياحية الأجنبية؛
- أداء الإستثمار السياحي للجزائر يجعل منها دولة سياحية بامتياز، مقارنة بالمغرب والإمارات العربية.

3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التطرق لموضوع الاستثمارات السياحية من جميع جوانبها التي تؤسس لصناعة السياحة؛
- إبراز الآليات التي تعمل على الحفاظ على البيئة عند إتخاذ أي قرار للإستثمار السياحي؛
- إعادة النظر في ضرورة دعم نشاط السياحة الداخلية في العالم وبالأخص الجزائر خاصة في ظل أزمة جائحة الكورونا التي تعد فرصة قوية لتعزيز الدور التنموي للسياحة؛
- الوقوف على واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر وتحليل الوضع السياحي، ومحاولة معالجة النقائص.

4- أهمية الدراسة:

تستوحي هذه الدراسة أهميتها في ظل التطورات السريعة التي عرفتها العلاقات الاقتصادية الدولية والعولمة الاقتصادية والاتجاه نحو تحرير الاقتصاد العالمي، في وقت أصبحت التجارة الخارجية مرتبطة بعامل السيادة خاصة وأن الجزائر تسعى إلى الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، ومن جهة أخرى التحديات التي تفرضها البيئة، وأصبح اللقاء بين المسألة البيئية والاقتصادية أكثر وضوحا لما يسمى اليوم بالاقتصاد الأخضر، هذا المفهوم الجديد الذي ظهر سنة 2008 الذي يشمل العديد من القطاعات التي تقوم على رؤية قوية للاستدامة منها السياحة ك مجال للتنمية المستدامة، حيث تمثل السياحة إحدى أهم الصناعات في تجارة الخدمات التي تشهد نموا سريعا حيث يعول عليها كبديل استراتيجي لاستغلال الموارد السياحية بالجزائر بشكل يضمن استدامتها، إذ يعد الخيار السياحي أكثر تبريرا من الخيارات المتاحة الأخرى لتحقيق تنمية مستدامة وبالتالي خلق مناصب عمل وتحسين ظروف المعيشة للأفراد ومن ثم تحقيق الرفاهية للمجتمع، لذلك تسعى الدولة جاهدة إلى توفير كل الإمكانيات المالية والبشرية والتنظيمية

والتشريعية للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر في إطار احترام البيئة، كما تعد جائحة كورونا كوفيد 19 أيضا فرصة لضرورة النهوض بالسياحة الداخلية بتقديم تخفيضات كبيرة في العروض السياحية لجذب المزيد من السياح لتعويض انخفاض السياح الوافدين.

5- أسباب اختيار الدراسة:

إن اختيارنا لهذا الموضوع نابغ عن قناعة شخصية وهي الرغبة في دراسة واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر للنهوض بالقطاع السياحي، وباعتبار السياحة مورد حقيقي ينافس النفط في كثير من الدول من حيث قدرته على بعث النشاط في القطاعات الاقتصادية الأخرى كالزراعة والصناعة والبناء والأشغال والنقل، فضلا أن نستدل بالتجربة المغربية والإماراتية، حيث سمحت الرؤى التي تبناها المغرب برسم طموحات أكبر للتنمية في إطار الاستمرارية للحفاظ على تنوع التراث الثقافي والطبيعي للمملكة، مما جعل المغرب اليوم يفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي، أما بالنسبة للإمارات فاقتصادها يعد من بين الإقتصادات النفطية للبلدان النامية الأكثر تنوعا، وذلك على الرغم من أن عائدات النفط بدأت في التدفق متأخرة نسبيا إذا ما قورنت بالاكتشافات النفطية في الجزائر، وعلى إثر الاعتماد شبه الكلي على العائدات النفطية إلا أن الإمارات غيرت هيكل الناتج المحلي الإجمالي لها في بداية التسعينات ليميل بصورة مستمرة لصالح القطاعات غير النفطية والتي أصبحت تشكل اليوم 65% من إجمالي الناتج المحلي، حيث استغلت الإمارات الإيرادات النفطية في توظيف استثمارات هائلة في البنية التحتية للسياحة والتي لم يكن بإمكان القطاع السياحي أن يتطور من دونها، حتى تصبح السياحة اليوم من أعمدة الاقتصاد الإماراتي تساهم بـ 11.9% في إجمالي الناتج المحلي وهو أعلى من المعدل العالمي.

أما الدوافع الموضوعية فهي تندرج ضمن الفلسفة الملحة لضرورة التنوع الاقتصادي باعتباره مؤشرا للقوة الاقتصادية، لكن هذه الفلسفة ندرسها في اقتصاد هش مثل الاقتصاد الجزائري الذي يعتمد على صادرات المحروقات بنسبة 96% في تمويل احتياطاته من العملة الصعبة، بالرغم من برامج الإنعاش الاقتصادي التي انتهجتها الدولة التي تعبر عن سياسة مالية توسعية في جميع المجالات إلا أنها لم تستطيع ترقية الصادرات خارج المحروقات، وهذا في ظل توجهات أغرقت اقتصاد البلاد في تبعية قصوى لعائدات المحروقات، واليوم تعتبر الإستثمارات السياحية الضامن للتنوع الاقتصادي، لتحويل الإمكانيات السياحية إلى عروض سياحية قادرة على تلبية متطلبات السوق السياحية ومواكبة اتجاهاتها، وهو التحدي الذي تبنته الدولة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.

6- منهج الدراسة:

من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة اعتمدنا على:

- المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لهذه الدراسة للوقوف على واقع الإستثمارات السياحية في الجزائر وأثرها على التنمية المستدامة وتحليل أبعادها ومؤثراتها، والتركيز على حجم الاستثمارات السياحية التي تمكن من ترقية وتطوير العرض السياحي.

- المنهج المقارن لمقارنة السياحة الجزائرية مع السياحة في المغرب والإمارات العربية وتقييم أداء الإستثمار السياحي على أساس الرؤى والخطط الإستراتيجية المتبناة والقدرة على تجسيد الأهداف إلى واقع ملموس.

7- حدود الدراسة:

الحدود المكانية: يتم معالجة الإشكالية المطروحة من خلال التطرق إلى الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة وفقا لوضعية الاقتصاد الوطني، وللوقوف أكثر على واقعه كان لا بد من مقارنته بالإستثمار السياحي لكل من المغرب والإمارات العربية المتحدة.

الحدود الزمانية: تم أخذ البيانات المتعلقة بأداء الاستثمار السياحي في الجزائر خلال الفترة 1967-2020 والتي توضح حجم الاستثمارات التي حضي بها القطاع السياحي في الخطط والسياسات التنموية في الجزائر لا سيما في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030، أما فيما يخص دراسة المقارنة فقد اقتصر فقط على الفترة 2000-2020 كفترة مهمة لتحقيق هدف الدراسة.

8- الدراسات السابقة:

هناك الكثير من الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع السياحة من حيث: أهميتها، ترقيتها، تطويرها، أثارها، الإمكانيات والمعوقات، الاستثمار السياحي، التسويق السياحي، استراتيجيات التنمية السياحية، التنمية السياحية المستدامة... الخ، في حين موضوعنا يتطرق إلى واقع الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، وهذا ما لم يتم معالجته من قبل، حيث قامت الدراسات السابقة بأخذ المتغيرين كل على حدى، لكن هذا لم يمنعنا من الاعتماد عليها في بناء بحثنا وتوجيهنا إلى الطريق الصحيح لمعالجة إشكالية موضوعنا مما أعطانا مساحة جديدة في الدراسة والتي تعتبر فرصة جيدة لإبراز أهمية بحثنا، كما نتشارك مع هذه الدراسات في الكثير من الأهداف، وقد تم الإطلاع على الدراسات الآتي ذكرها:

1) دراسة الباحثة صورية مساني (2018-2019) «الاستثمار السياحي كبديل لمرحلة ما بعد البترول، دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية» تبرز الباحثة في دراستها أهم مؤشرات السياحة الجزائرية وأثارها، للوقوف على المكانة التنافسية للقطاع كبديل للاقتصاد البترولي، وتمت الاستعانة بنموذج الانحدار الخطي البسيط للوقوف على الأثر المعنوي للاستثمار السياحي، ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية لدراسة العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ايجابية بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي في الجزائر، فرغم الإمكانيات السياحية إلا أن خيار السياحة لتنمية الاقتصاد الوطني صعب التحقيق فالواقع يثبت ضعف تنافسية القطاع السياحي ونقص المعرفة والأنشطة التطويرية للبرامج السياحية في الجزائر.

2) دراسة الباحث ساعد بوراوي (2016-2017) « تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة» حيث تهدف الدراسة إلى

توضيح الأهمية المتزايدة لقطاع السياحة في اقتصاديات بلدان المغرب العربي والدور الذي تلعبه الاستثمارات السياحية في تنمية القطاع، وقد خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها تباين المساهمة الاقتصادية للسياحة في بلدان المغرب العربي نتيجة مستوى الاهتمام الحكومي للقطاع السياحي فيها، حيث نجحت كل من تونس والمغرب في تحقيق الأهداف المخططة بالرغم من امتلاكهما لمؤهلات سياحية أقل من الجزائر هذه الأخيرة التي بقيت فيها مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية متواضعة، حيث لم تستطع الجزائر جذب الاستثمارات السياحية الأجنبية بالحجم الملائم الذي يؤدي إلى تنمية القطاع السياحي.

3) دراسة الباحثة قرارية فتيحة (2018-2019) «الصناعة السياحية في الدول المغاربية (حالة الجزائر، تونس والمغرب)» جاءت لمعالجة الإشكالية: إلى أي مدى يمكن تأهيل السياحة الجزائرية لتتصدر المقصد السياحي المغربي؟ وتبرز الباحثة في دراستها مفهوم السياحة كصناعة تستمد ثقل وزنها من مختلف آثارها كونها قطاع محوري لدعم النمو وخلق الثروة، بتحليل بعض التجارب المغاربية حيث توصلت الدراسة بأن السياحة تمثل دافعا من دوافع التنمية في الاقتصاد التونسي والمغربي وهذا بالرغم من عدم استقرار الأوضاع الأمنية بتونس إلا أن تنافسية الأسعار بها تعد أهم نقاط القوة للسياحة التونسية في حين يعتبر المغرب الوجهة السياحية الأولى في السوق المغاربية باستقباله 10 مليون سائح سنة 2015، ويبقى القطاع السياحي في الجزائر يعاني ضعف الأداء حيث فشلت الإستراتيجية السياحية الجزائرية في تحقيق الأهداف للمرحلة الأولى نتيجة عدة أسبابها أهمها غياب إستراتيجية تسويقية فعالة وتدني مستوى الخدمات السياحية وضعف نظام الدفع الإلكتروني وتعد المنافسة القوية بين دول شمال المغرب العربي أكبر تهديد للسياحة الجزائرية.

4) دراسة الباحث زير ريان (2017-2018) «مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر، تونس، الإمارات» وتطرقت الدراسة إلى أهمية التسويق السياحي ودوره في تحويل السياحة إلى ساحة للمنافسة أين تحاول كل دولة إبراز مقوماتها بغية الاستحواذ على أكبر نصيب ممكن من الأسواق المصدرة للسياح من خلال تكوين صورة ايجابية وترسيخها في أذهان السياح بالاعتماد على مختلف السياسات التسويقية، وتوصلت الدراسة أن المراتب المتأخرة التي احتلتها الجزائر في مؤشر التنافسية العالمية للسياحة والسفر عام 2015-2017 ومقارنتها بواقع السياحة في كل من تونس والإمارات العربية المتحدة توضح غياب مخطط للتنمية السياحية يعكس القدرات السياحية الموجودة في البلد ويتبنى فعليا قواعد وأسس التسويق السياحي، فتطوير السياحة لا يعتمد فقط على توفر الموارد السياحية ومناطق الجذب السياحي وإنما في كيفية استخدام واستغلال تلك الموارد في عملية تنمية السياحة.

5) دراسة بن مرزوق نبيل (2018-2019) «الاستثمار السياحي كآلية لترقية الصناعة السياحية - دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر»، إذ تمثلت إشكالية الدراسة في مايلي: إلى أي مدى يمكن للاستثمار السياحي المساهمة في تنمية وتفعيل الصناعة السياحية في الجزائر بعد جملة الإصلاحات

التي عرفتها الصناعة السياحية؟، وتهدف الدراسة إلى إعطاء رؤية حول الإجراءات الكفيلة للدفع بعجلة الاستثمار السياحي في الصناعة السياحية في الجزائر وأهم المشاكل التي عرفتها وحالت دون تحقيق الأهداف المرجوة، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن فشل السياسة السياحية الحكومية في النهوض بالصناعة السياحية الجزائرية، وذلك بسبب تكريس ثقافة التواكل على قطاع المحروقات التي تحولت من نعمة إلى نقمة، إضافة إلى العراقيل التي يواجهها الاستثمار السياحي منها عدم توفر العقار السياحي المهيأ، وصعوبة تمويل المشاريع السياحية والفندقية، ونقص ثقافة المجتمع الجزائري.

6) دراسة صالح بزة (2016-2017) "تحليل إطار استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر - مقارنة السياسات والآليات-" حيث أبرز الباحث في هذه الدراسة طبيعة السياسات المنتهجة لتحقيق تنمية سياحية تقوم على مبادئ الإستدامة في الجزائر من خلال التطرق إلى أهمية السياحة المستدامة كونها منهجا وأسلوبا تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية والمحلية لارتباطها بالجانب المعرفي في مجال استقطاب الموارد البشرية ومصدرا مهما لتحقيق إيرادات مالية خارج قطاع المحروقات، بالإضافة إلى تشخيص أهم المشكلات التي تواجه النشاط السياحي في الجزائر، كما قدم الباحث رؤية مستقبلية لتنمية سياحية مستدامة في الجزائر تكفل استغلال الموارد المتاحة معتمدا على استبيان لتوجهات السياح والمؤسسات السياحية نحو تطبيق مبادئ السياحة المستدامة، توصل من خلاله إلى أن السائح الجزائري لديه توجه لتطبيق مبادئ السياحة المستدامة لكنه غير راض على نوعية الخدمات المقدمة في المواقع السياحية مع ارتفاع أسعار الأكل والإيواء بالدرجة الأولى، أما المؤسسات السياحية بالجزائر تطبق أغلب مؤشرات البعدين الاقتصادي والاجتماعي للتنمية المستدامة لكنها تهمل كل مؤشرات البعد البيئي، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ضعف أداء السياسات التتموية السياحية بالجزائر وعدم تضمنها مبادئ الاستدامة مما أثر سلبا على فعالية القطاع التتموية.

7) دراسة أسماء حدانة (2017-2018) "الاستثمار الحقيقي خارج قطاع المحروقات في الجزائر والتنمية المستدامة"، حيث عالجت الدراسة الاشكالية المتعلقة بأثر الاستثمار الحقيقي خارج قطاع المحروقات في قطاعي الصناعة والزراعة في تحقيق التنمية المستدامة، في محاولة للتعرف على واقع الاستثمارات في الجزائر ومجالاتها التي يمكن الاستفادة منها لتحقيق أبعاد التنمية المستدامة من خلال دراسة حالة مصنع الاسمنت بباتنة بصفته استثمارا صناعيا والقطاع الفلاحي بأخذ ولاية الوادي كعينة، وقد توصلت الدراسة إلى أن مصنع الاسمنت يساهم في تغطية الطلب الوطني كقطاع مهم يعمل على تخفيض نسبة البطالة، ناهيك عن الدور الإيجابي الذي يلعبه القطاع الفلاحي في ولاية الوادي والذي استطاع ان يغطي احتياجات الكثير من ولايات الوطن، لكن بالمقابل كان لهذه الاستثمارات نتائج سلبية على البيئة فصناعة الإسمنت تسببت في تلوث التربة والهواء في حين استخدام كميات هائلة من الأسمدة في الزراعة أثرت على المياه الجوفية في ولاية الوادي التي وجدت بها كميات مرتفعة من النترات، وبهذا توصلت الدراسة أنه يوجد أثر إيجابي للاستثمار في القطاع الصناعي والفلاحي في البعد الاقتصادي

والاجتماعي للتنمية المستدامة لكن في البعد البيئي كان الأثر سلبيًا لذلك يجب ضبط الاستثمارات بمعايير المحافظة على البيئة وضرورة تتبع الدولة لأثر مخلفات هذه الاستثمارات للتخفيف من حدتها باعتماد موارد بديلة صديقة للبيئة.

8) هيكل الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار فرضياته، قمنا بتقسيم بحثنا إلى خمسة فصول مع مقدمة وخاتمة، ثلاث فصول نظرية، وفصل رابع لدراسة حالة أما الأخير فخصص لدراسة مقارنة، وهي موضحة كما يلي:

- تم التطرق في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للاستثمار السياحي والذي اعتمد على ثلاثة مباحث، الأول إهتم بتقديم مجموعة من المفاهيم للاستثمار تركز على أسس مختلفة، أما المبحث الثاني تناول السياحة كصناعة تعتمد بدرجة كبيرة على فعالية التسويق السياحي لتنشيط الحركة السياحية، في حين تناول المبحث الثالث ماهية الاستثمار السياحي وضحنا فيه الخصائص والمجالات ومناخ الاستثمار السياحي ودوافعه وأهم عوائقه.

- الفصل الثاني تم التطرق فيه إلى أساسيات حول التنمية السياحية المستدامة، تضمن أربعة مباحث تتعلق في البداية بماهية التنمية المستدامة ومؤشراتها ثم بالاقتصاد الأخضر كأداة لتحقيق التنمية المستدامة، والمبحث الثالث تناول التنمية والتخطيط السياحي والتحول نحو الاستدامة، أما المبحث الأخير من هذا الفصل ركزنا فيه على البيئة والتنمية السياحية المستدامة مع تقديم تجارب ناجحة عن السياحة البيئية.

- الفصل الثالث تناول العلاقة بين المتغيرين، تطور حجم الاستثمار السياحي ودوره في قضايا التنمية، تضمن هو الآخر أربعة مباحث، المبحث الأول يتطرق إلى تطور حجم الاستثمارات السياحية في العالم ومؤشرات جاذبيته، وفي المبحث الثاني تناولنا نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات في العالم ومؤشراته، أما المبحث الثالث فيركز على آثار الاستثمار السياحي على قضايا التنمية في العالم، والمبحث الرابع يهتم بتقييم أثر تفشي فيروس كوفيد19 على صناعة السياحة في العالم.

- الفصل الرابع متعلق بدراسة واقع الاستثمار السياحي في الجزائر وفق متطلبات التنمية المستدامة، متضمنًا أربعة مباحث، تطرقنا في المبحث الأول إلى مكانة القطاع السياحي ضمن القطاعات الاقتصادية في الجزائر (1967-2020)، وفي المبحث الثاني إلى تقييم مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في إطار التنمية المستدامة، أما المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، وفي المبحث الأخير ركزنا على دور الاستثمار السياحي في قضايا التنمية في الجزائر بأبعادها الثلاثة.

- الفصل الخامس بعنوان: تقييم أداء الإستثمار السياحي في دول المقارنة (الجزائر، المغرب الإمارات العربية) يحتوي على ثلاثة مباحث، الأول والثاني كل منهما يركز على تشخيص استراتيجية التنمية السياحية في المغرب والإمارات العربية، هذا وفي المبحث الثالث قمنا بإجراء دراسة مقارنة لأداء الاستثمار السياحي بين الدول الثلاثة من خلال بعض المؤشرات قبل وأثناء الجائحة

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للاستثمار

السياحي

تمهيد:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماما بالغا في مجال الأنشطة الخدماتية، مما جعل الحكومات تقوم بالإشراف والرقابة والاستثمار على هذه القطاعات الحيوية، ولعل أهم نشاط اقتصادي في قطاع الخدمات هو النشاط السياحي، حيث تعتبر السياحة أحد أهم مصادر الدخل والعمالة لدى الكثير من دول العالم وقد نمت وتطورت بشكل كبير حتى أصبحت صناعة مهمة وواعدة تسمى بصناعة القرن الواحد والعشرين، حيث انها تقوم على إعداد وتجهيز المنتج السياحي وعرضه للبيع، كما انها تؤثر مباشرة على السياسات والاستراتيجيات التسويقية في المجال السياحي.

وتعتمد صناعة السياحة بصورة رئيسية على الشركات والمؤسسات الخاصة منها والعامّة التي تقوم بتهيئة أماكن الجذب السياحي للاستثمار فيها، وكذلك الاستثمار في المرافق والخدمات والتسهيلات السياحية التي تعد الركن الثاني الداعم لصناعة السياحة بعد الموارد الطبيعية والثقافية والحضارية التي يزخر بها البلد، لذا فالاستثمار السياحي يعد عنصرا فاعلا في تحقيق التنمية بجميع أبعادها لأي بلد، إذ أن أي زيادة في حجم الاستثمار سوف تؤثر على حجم وتوزيع المشاريع السياحية المختلفة ومن ثم زيادة تدفق المجاميع السياحية للبلد، والتي تنعكس على زيادة حجم العوائد السياحية وزيادة حجم الأرباح التي تؤدي بدورها إلى تحسين وتطوير نوع المنتجات السياحية، مما يعمل على زيادة الطلب السياحي.

وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول : ماهية الاستثمار؛

المبحث الثاني: صناعة السياحة؛

المبحث الثالث: الاستثمار السياحي في صناعة السياحة.

المبحث الأول: طبيعة الاستثمار

لقد أصبح مفهوم الاستثمار ومناخ ومجالات الاستثمار من أبرز القضايا والموضوعات التي أثارت اهتمام خبراء التنمية في السنوات الأخيرة باعتبار الاستثمار هو عصب عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولقد ظل الاهتمام مركزا لأكثر من نصف قرن في جهود التنمية التي تبذلها الدول النامية على كيفية تمويل ونقل التقنيات الحديثة وتوطينها، والاستعانة بالخبراء الأجانب، حيث زاد الاهتمام أكثر بالعوامل التي تشكل حافزا للاستثمار فقد تكون الإمكانيات متوفرة لكن فرص النجاح ضعيفة لأسباب تشريعية وقانونية وإدارية، لذا فالاستثمار بعد الركيزة الأساسية لتحقيق التراكم المالي، فهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية المتمثلة في الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، الادخار، وعلى هذا تعددت التعاريف واختلفت المفاهيم المتعلقة بالاستثمار بتعدد الباحثين والمفكرين الاقتصاديين، فمن الصعب الوقوف عند تعريف واحد ومحدد للاستثمار لذا سوف نتطرق إلى مجموعة من المفاهيم المختلفة.

المطلب الأول: مفهوم ومبادئ الاستثمار

يمكن أن نميز بين مجموعة من المفاهيم والمبادئ للاستثمار تتركز على أسس مختلفة نبرزها

كالآتي:

أولاً- مفهوم الاستثمار:

لقد شهد مصطلح الاستثمار عدة تعاريف نذكر منها:

- التضحية بمنفعة حالية يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك حالي، وذلك بقصد الحصول على منفعة مستقبلية أكبر يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك مستقبلي¹؛
- توظيف المال بهدف تحقيق العائد أو الربح أو المال عموماً، وقد يكون الاستثمار على شكل مادي ملموس أو على شكل غير مادي²؛
- يقصد بكلمة الاستثمار عادة التضحية بالأموال الحالية في سبيل أموال مستقبلية؛
- الاستثمار هو التخلي عن أموال يمتلكها الفرد في لحظة زمنية معينة قد تكون طويلة أو قصيرة وربطها بأصل أو أكثر من الأصول التي يحتف طبها لتلك الفترة الزمنية بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوضه عن القيمة الحالية والمخاطر والنقص المتوقع بفعل التضخم³؛
- الاستثمار هو الطلب على أموال الإنتاج، أو أنه الفرق بين الدخل المتاح (القابل للتصرف) والطلب على أموال الاستهلاك⁴؛

¹ حريوش حسني، رشيد عبد المعطي، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن، 1996، ص 9.

² حردان طاهر حيدر، "مبادئ الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 13.

³ زياد رمضان، "مبادئ الاستثمار المالي والحقيقي"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005 ص 13.

⁴ هويشار معروف، "الاستثمارات والأسواق المالية"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 61.

- يعرف الاستثمار على أنه التغيير في رصيد رأس المال خلال فترة زمنية محددة¹ ومن خلال هذه التعاريف يمكن استخراج العناصر الأساسية التي تصاحب عملية الاستثمار وهي:
 - التضحية بقيم حالية أو مبالغ في الوقت الحالي؛
 - توقع الحصول على قيم أكبر مستقبلاً مما يعني انتظار عائد من الاستثمار؛
 - العائد المنتظر ليس مؤكد حيث تصاحبه درجة من عدم التأكد التي تشير إلى المخاطرة وهذا العنصر له أهميته حيث يعتبر أساس التفرقة بين مفهوم الاستثمار ومفهوم الادخار، فالادخار وإن كان خطوة أساسية نحو الاستثمار إلا أنه لا يحمل درجة عدم التأكد؛
 - الاستثمار يأخذ بعين الزمن والمخاطرة، التضحية تأخذ مكانها في الحاضر وهي مؤكدة، أما العائد فيأتي في المستقبل وهو غير مؤكد؛
 - يقاس رأس المال عند نقطة زمنية محددة في حين الاستثمار يقاس خلال فترة زمنية معينة لذا فهو يمثل تدفقاً وليس رصيداً قائماً.

وبما أن الاستثمار له علاقة وثيقة بالادخار فالادخار هو أساس الاستثمار وبما أن هذا الأخير يتوقف على الاستهلاك فالاستثمار له علاقة أيضاً بالاستهلاك وهذه المتغيرات هي أساس علم الاقتصاد ومنه نقول أن مفهوم الاستثمار يستمد من أصول علم الاقتصاد، لذا فهناك عدة مفاهيم تفسر الاستثمار من زوايا مختلفة:

1- المفهوم المالي للاستثمار:

يعرف الاستثمار من المنظور المالي على أنه:

- كل النفقات التي تولد مداخلاً جديدة على المدى الطويل، والممول يعرفه كعمل طويل المدى، أو ما يسمى بالأصول الدائمة (الأصول الثابتة والديون المتوسطة والطويلة الأجل)²؛
- "ينظر للاستثمار على أنه اكتساب الموجودات المالية وحسب"³، ويصبح الاستثمار في هذا المعنى هو التوظيف المالي في الأوراق والأدوات المالية المختلفة في شراء أسهم وسندات أو شراء شهادات ادخارية من أحد البنوك التجارية، فما يقوم به الشخص يعد من وجهة نظره استثماراً لأنه وظف أمواله في استخدامات ستدر عليه عائداً متمثلاً في نصيب من الأرباح مقابل الأسهم، أو سعر فائدة مقابل السندات والشهادات الادخارية، أما من وجهة نظر الاقتصاديين فإنهم يرون أن ما قام به هذا الشخص هو مجرد

¹ عادل عبد العظيم، "اقتصاديات الاستثمار: النظريات والمحددات"، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 67، 2007، ص 2.

² بن لخضر عيسى، "سياسة تمويل الاستثمارات في الجزائر وتحديات التنمية في ظل التطورات العالمية الراهنة"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2018-2019، ص 27.

³ طاهر حيدر حردان، "أساسيات الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 14.

ادخار وما تلقاه مجرد عوائد على الادخار، وأقصى ما يمكن أن يذهب إليه الاقتصاديون في هذا الصدد هو قبول وصف هذه العملية بالاستثمار المالي Financial Investment¹.

2- المفهوم الاقتصادي للاستثمار:

مفهوم الاستثمار عند الاقتصاديين يعني:

- توظيف المدخرات في إقامة مشروعات عن طريق شراء أو إنتاج معدات وأجهزة ومباني، أي استخدام تلك المدخرات في زيادة الطاقة الإنتاجية التي تعمل على توفير المزيد من الخدمات لأفراد المجتمع والدولة؛

- الأموال المخصصة لإنتاج البضائع التي تستخدم في إنتاج بضائع أخرى، أي أن الاستثمار يمثل الإنتاج الذي لا يستهلك مباشرة مثل البضائع الرأسمالية كالآلات والمعدات والتجهيزات والبناءات.. الخ، وأيضاً الأموال المخصصة لزيادة المخزون²؛

- إنفاق المال من أجل شراء سلع رأسمالية جديدة تسهم في زيادة المخزون من رأس المال الثابت، وفي زيادة الطاقة الإنتاجية للمجتمع، ويقصد بالسلع الرأسمالية الجديدة الأبنية والآلات والتجهيزات الصناعية على اختلاف أنواعها التي تنتج حديثاً³.

من خلال التعريفات السابقة نجد أن المفهوم الاقتصادي للاستثمار يركز على ضرورة التخلي على موارد اليوم للحصول على إيراد أكبر مستقبلاً، فهو يأخذ بعين الاعتبار ثلاث عناصر مهمة: الزمن، المرودية (فعالية العملية الاستثمارية)، الخطر المرتبط بالمستقبل.

3- المفهوم المحاسبي للاستثمار: من الناحية المحاسبية ينظر للاستثمار أنه:

- " تلك الوسائل المادية والقيم غير المادية ذات المبالغ الضخمة، التي اشترتها أو أنشأتها المؤسسة لا من أجل بيعها بل لاستخدامها في نشاطها الإنتاجي لمدة طويلة"⁴؛

- يعرف أيضاً بأنه عبارة عن اكتساب للمؤسسة يسجل في جانب الأصول من الميزانية، تسجل تحت الصنف الثاني، وهو يشمل ما يلي: الاستثمارات المادية (أراضي، مباني، تجهيزات، لوازم، عتاد، ... الخ)، الاستثمارات المعنوية (محلات تجارية، براءات، العلامات التجارية، المصاريف الإعدادية)، الاستثمارات المالية (سندات، قروض، كفالات، ... الخ) ؛

إذن الاستثمار المحاسبي هو كل سلعة منقولة أو عقار أو سلعة معنوية (خدمة)، أو مادية متحصل عليها، ومنتجة من طرف المؤسسة وهو موجه للبقاء مدة طويلة ومستمرة في المؤسسة، وهذا التعريف يشترك مع التعريف المالي في أنهما يركزان على عامل الزمن الطويل المدى. كما أن المحاسب يرى أن الاستثمار هو رأس مال ثابت سواء كان منتجاً أو غير منتج.

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، كباشي حسين قسيمة، مرجع سابق، ص 15.

² عمر صخري، "التحليل الاقتصادي الكلي"، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 168.

³ أحمد الأشقر، "الاقتصاد الكلي"، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة، الأردن، 2002، ص 119.

⁴ محمد بوتين، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 96.

ثانيا - الاستثمار والمفاهيم القريبة منه:

يمكن دراسة مفهوم الإستثمار من خلال التطرق إلى مفاهيم متقاربة له كمايلي:

1- الإستثمار والمضاربة (Investment and speculation):

حتى تكون للمستثمر فرصة في تحقيق الأرباح فهناك احتمال للخسارة التي يمكن أن يقع فيها، وبالتالي ينبغي عليه الموازنة بين العائد من الاستثمار والمخاطرة التي تواجهه، وعندما يكون المستثمر مستعدا لتحمل درجة عالية نوعا ما من المخاطرة وعدم التأكد من النتائج ولكنها مدروسة بطريقة أو بأخرى أملا في الحصول على عوائد وأرباح فإنه يطلق على هذه العملية بالمضاربة، وفي غالب الأحيان فإن عمليات المضاربة تكون في أسواق المالية التي تشهد فيها حركة تداول سريعة أو عندما تزداد تقلبات أسعار الأوراق المالية الأسهم والسندات¹.

ويمكن التمييز بين الاستثمار والمضاربة من حيث التركيز على ثلاثة معايير أساسية:

- الأفق الزمني: المضاربة يغلب عليها طابع الأجل القصير لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح الرأسمالية، أي أن المضارب يركز في قراراته على موعد الاستحقاق، في حين المستثمر يركز على الأجل الطويل ويهتم بتحقيق أكبر قدر ممكن من العوائد.
- العوائد: العوائد في عملية المضاربة تفوق وتكبر العوائد والأرباح التي يمكن تحقيقها من عمليات الاستثمار، بحيث يتميز المضاربون بنشاط غير عادي في السوق واقتنائهم للمعلومات من جميع المصادر، وإلا توقف نشاطهم وتحولوا إلى مستثمرين عاديين، وبالتالي يسعى المضارب لتحقيق أرباح رأسمالية سريعة، بينما يهدف المستثمر إلى تحقيق أرباح مستمرة طويلة الأجل.
- درجة المخاطرة: الاستثمار يتطلب استعداد الشخص لتحمل درجة معقولة من المخاطرة وعدم التأكد، أما المضاربة يكون فيها الشخص مستعدا لتحمل درجة عالية من درجة مخاطرة المستثمر بهدف الحصول على أرباح كبيرة وفي أقصر فترة ممكنة

2- الاستثمار والمقامرة (Investing and gambling):

تعرف المقامرة بأنها مراهنه على دخل غير مؤكد أي أنه عندما تتوفر لدى المستثمر رغبة كبيرة جدا في تحمل درجة عالية جدا منعدم التأكد منالنتائج سعيا وراء الربح فإنه يتحول حينئذ إلى مقامر. ورغم عدم مشروعية المجازفة فإنه يمكن للبعض اعتبارها ضريبا من ضروب الاستثمار بحجة أن المراهن أو المقامر فيها يضحى أملا في الحصول على عائد محتمل. واعتمادا على أن معيار التفرقة بين الاستثمار والمضاربة هو المقامرة فإنه يمكن اعتبار أن المضاربة تحتل مركزا وسطا بين المقامرة والاستثمار.

¹ خلفان حمد عيسى، "إدارة الاستثمار والمحافظة المالية"، الجندرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص48.

3- الاستثمار والتوظيف (Investment and employment):

هناك استعمالاً آخر لمصطلح الاستثمار وهو الاستعمال الشائع الذي يتناقله الناس عامة فالشخص العادي غالباً ما يطلق عبارة «استثمار» على أي عمل يحرك فيه رأس مال لديه فيعود عليه هذا التحريك بزيادة أو بفائض فوق رأس ماله الأصلي، لذلك فهناك فرق جوهري بين «الاستثمار» و«التوظيف» يكمن في نوعية الأصول التي تمتص المال المدخر، فإذا أنفقت الادخارات الفردية على بناء أو تكوين أصول ثابتة جديدة وأدت إلى زيادة حقيقية في الإنتاج فهي «استثمار»، أما إذا جرى استبدال الادخار بأصول قائمة غير جديدة فهي بالمفهوم الاقتصادي تؤلف استثماراً ويمكن أن يطلق عليها اسم «توظيف»، وهكذا فإن التوظيف لا يعدو كونه استبدالاً برأس مال معين رأس مال من نوع آخر سعياً وراء نفع مالي غالباً ما يتمثل بفائض فوق رأس المال السائل الذي جرى استبداله.

فمثلاً إن إشادة بناء أو مرفق جديد يعد استثماراً، أما شراؤه بعد ذلك من شخص آخر فيعد توظيفاً، كذلك فإذا ما قام شخص بشراء قطعة أرض من شخص آخر فإن عمله يعدّ توظيفاً، أما إذا أقدم الشخص نفسه على استصلاحها أو على زراعتها أو على تطوير إنتاجها أو تحسينه بأية طريقة كانت فإن عمله يصبح استثماراً. كذلك هو الأمر في حال شراء آلة إنتاجية معينة أو مصنع كامل، فإذا أقدم شخص على شراء آلة قديمة أو مصنع قائم فإن عمله لا يعد استثماراً بالمفهوم الاقتصادي بل هو توظيف لا يعدو كونه تبادلاً في الملكية.

ثالثاً- مبادئ الاستثمار:

هناك مجموعة من الاعتبارات تحكمها مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها من قبل المستثمر عند اختيار مجال الاستثمار، وأهم هذه المبادئ:

1- مبدأ الاختيار: يعني أن المستثمر الرشيد يبحث عن فرص متعددة لتوفير مرونة أكبر للاختيار المناسب للفرصة الاستثمارية بناء على ما لديه من مدخرات.

2- مبدأ المقارنة: يعني أن المفاضلة بين البدائل المختارة ومجالها المناسب هو جوهر مبدأ المقارنة وتأخذ المقارنة صور متعددة، الأكثر استخداماً هو التحليل المالي إما بشكل نسب مالية أو متوسطات

للأسعار أو معدلات العوائد هذا المبدأ يعتمد بشكل كبير على درجة تفضيل المستثمر للعائد والمخاطرة

3- مبدأ الملائمة: يشترط هذا المبدأ تحقيق الملائمة بين الإمكانيات المالية والاجتماعية والثقافية للمستثمر (الفكر والروح الاستثمارية للمستثمر) فهذا المبدأ يركز على قدرات ووضعية المستثمر من دخل

وسن ومستوى ومركز اجتماعي.

هذا المبدأ يهتم برغبات وميول المستثمر، حيث أن لكل مستثمر نمط تفضيل يحدد درجة اهتمامه بالعناصر الأساسية التي تمكنه من اتخاذ قرار الاستثمار والمتمثلة في¹:

• معدل العائد؛

¹ - زياد رمضان، مرجع سابق، ص 229.

- مستوى السيولة؛
- درجة المخاطرة.

4- مبدأ توزيع المخاطر: جميع الاستثمارات مصممة للنمو، ولكنها يمكن أن تتخضع قيمتها، وبشكل عام، يوفر كل نوع من أنواع الاستثمار مستوى مختلفاً من المخاطر والعائد، لذلك يسعى المستثمر إلى تخفيض مخاطر الاستثمار من خلال توزيع موارده بين أنواع مختارة من الاستثمارات سواء على أساس المجال أو الأدوات، بمعنى تنوع سلة الاستثمارات وهذا ما يعرف بالمحافظ الاستثمارية.

المطلب الثاني: مجالات الاستثمار

يقصد بمجال الاستثمار نوع أو طبيعة النشاط الاقتصادي الذي يوظف فيه المستثمر أمواله بقصد الحصول على عائد وبهذا المفهوم فإن معنى مجال الاستثمار أكثر شمولاً من معنى أداة الاستثمار، ويمكن أن نميز بين مجموعة من المعايير تتحدد على أساسها أنواع الاستثمار وهي كالتالي:

أولاً- المعيار النوعي: حسب هذا المعيار يمكن أن نصنف الاستثمارات إلى نوعين:

1- الاستثمارات الحقيقية (المادية): يطلق عليها البعض مصطلح الاستثمار في غير الأوراق المالية، كما يطلق عليها آخرون مصطلح استثمارات الأعمال والمشروعات، ويعتبر الاستثمار حقيقياً عندما يكون للمستثمر الحق في حيازة أصل حقيقي كالعقار، السلع، الذهب، المشاريع الاقتصادية¹. والأصل الحقيقي يقصد به كل أصل له قيمة اقتصادية في حد ذاته، ويترتب على استخدامه منفعة اقتصادية إضافية تظهر على شكل سلعة ويمكن أن تندرج ضمن أربع فئات هي الطاقة والزراعة والمعادن الصناعية والمعادن النفيسة، وعموماً فإن جميع الاستثمارات المتعارف عليها عدا الأوراق المالية هي استثمارات حقيقية تؤدي إلى زيادة الدخل الوطني، وتساهم في تكوين رأس مال البلد، وإذا كان عامل الأمان من أهم مزايا الاستثمار في الأصول الحقيقية، فإن المستثمر فيها يواجه عدة مشاكل أهمها:

- اختلاف درجة المخاطرة للاستثمار بين أصل وآخر، لأن هذه الأصول غير متجانسة؛
- بسبب عدم توافر سوق ثانوي فعال لتداول هذه الأصول؛
- يترتب على المستثمر فيها نفقات غير مباشرة مرتفعة نسبياً (تكاليف النقل، التخزين...)
- يترتب الاستثمار فيها خبرة متخصصة وذات دراية بطبيعة الأصل محل الاستثمار.

2- الاستثمارات المالية: وتشمل الاستثمار في سوق الأوراق المالية حيث يترتب على عملية الاستثمار فيها حيازة المستثمر لأصل مالي غير حقيقي يتخذ شكل سهم، أو سند، أو شهادات إيداع²، تعطي لصاحبها أو حاملها الحق في الحصول على جزء من عائد الأصول (أرباح أو فوائد) من الشركة المصدرة للورقة المالية، كما تتصف هذه الأصول بدرجة عالية من المخاطر بسبب تغير أسعارها، ومن

¹ زياد رمضان، مرجع سابق، ص 239.

² محمد مطر؛ "إدارة الإستثمارات - الإطار النظري والتطبيقات العلمية"، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 75.

أهم مزايا الاستثمارات المالية وجود أسواق منظمة غاية التنظيم للتعامل بالأصول المالية، مع انخفاض تكاليف المتاجرة بالأوراق المالية مقارنة بالأدوات الاستثمارية الأخرى، ووجود وسطاء ماليين متخصصين يقدمون خدماتهم للمستثمرين العاديين مما يجعل المستثمرين قادرين على الحصول على خدمات استثمارية جيدة، دون أن يكونوا خبراء في الموضوع، لذلك ظهرت «شركات الاستثمار»، ومؤسسات مالية ومصرفية متخصصة، وجرى استحداث «صناديق استثمار» و«برامج استثمارية». وهذا ما يجعل الأسواق المالية أكثر مجالات الاستثمار استقطاباً لأموال المستثمرين أفراداً أو مؤسسات.

ثانياً - المعيار الجغرافي: تصنف الإستثمارات من زاوية جغرافية إلى صنفين:

1- الاستثمارات المحلية: هي جميع الفرص المتاحة للاستثمار في السوق المحلية، بغض النظر عن أداة الاستثمار المستعملة، مثل العقارات والأوراق المالية والذهب والمشروعات التجارية... إلخ¹. على أساس هذا التعريف يتبين لنا أن الاستثمارات المحلية تتضمن جميع الفرص المتاحة لكل أنواع الاستثمارات المذكورة سابقاً في السوق المحلي أي داخل حدود الدولة الواحدة. بغض النظر عن أداة الاستثمار المستخدمة، والمشروع الذي يستثمر فيه الأموال يتبع القطاع الخاص أو القطاع الحكومي.

2- الاستثمارات الأجنبية: "هي جميع الفرص المتاحة للاستثمار في الأسواق الأجنبية، مهما كانت أدوات الاستثمار المستعملة، وتتم هذه الاستثمارات إما بشكل مباشر أو غير مباشر"².

فإذا قام مثلاً شخص من الجزائر بشراء عقار معين بإسبانيا بهدف المتاجرة، أو قامت الدولة الجزائرية بشراء حصة في شرك "TOYOTA"، فإن الاستثمار في الحالتين يعتبر استثماراً خارجياً مباشراً. أما لو قام ذلك الشخص بشراء حصة من محفظة مالية لشركة استثمار جزائرية، تستثمر أموالها في بورصة نيويورك مثلاً، فإن الاستثمار يكون في هذه الحالة استثماراً خارجياً غير مباشر، بالنسبة للشخص المستثمر، ومباشر بالنسبة لشركة الاستثمار..

ومن مزايا الاستثمار الأجنبي:

- توفر للمستثمر مرونة كبيرة في اختيار أدوات الاستثمار؛
- تهيئ له مبدأ توزيع المخاطر بشكل أفضل؛
- تتميز بوجود أسواق متنوعة و متطورة؛
- تتوفر في هذه الأسواق قنوات إيصال فعالة و نشيطة؛
- تتوفر الخبرات المتخصصة من المحليين و الوسطاء الماليين.

وقد ازداد الاهتمام أكثر بالاستثمار الأجنبي المباشر خلال العقدين الماضيين نتيجة الدور الهام الذي يلعبه في دعم النمو الاقتصادي للدول النامية، وهذا نتيجة للتغيرات التي طرأت على هيكل

¹ عبد المعطي رضا أرضيد، حسين عاي خربوش، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص34.

² محمد مطر، المرجع نفسه، ص61.

الاقتصاد العالمي للاتجاه نحو اقتصاد السوق وتحرير نظم التجارة الدولية (حرية انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال) التي تبنتها معظم الدول النامية، مما أعطى دفعة هامة لمسيرة التكامل في الاقتصاد العالمي، فالدول النامية تلجأ إلى الاستثمار الأجنبي المباشر لتمويل مشاريعها التنموية لأنه يمثل أحسن وسيلة للتمويل الخارجي بدل لجوءها إلى الاستدانة والقروض ذلك أن الاستثمار المباشر لا يجعل الدولة المضيفة تعيش دوامة المديونية وما يتبعها من تسديد خدمات الديون على فترات زمنية مختلفة، إذ يعتبر مصدرا هاما من مصادر التمويل والحل الأنسب من خلال انتقال رؤوس الأموال الأجنبية، يكون الغرض من ورائها تحقيق أرباح تغطي تكاليف الاستثمار.

ويختلف الاستثمار الأجنبي المباشر عن غير المباشر كونه يستند إلى حد كبير على الرؤية المستقبلية الطويلة المدى للمستثمرين لإمكانية تحقيق الأرباح على أنشطتهم الاقتصادية، والفرق بين النوعين نوضحه في الجدول رقم (01):

الجدول رقم 01: الفرق بين الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر

الاستثمار الأجنبي المباشر	الاستثمار الأجنبي غير المباشر
الأصل أو محل الاستثمار	موجودات ملموسة
الصفات الرئيسية	الشركات المتعددة الجنسيات
السيطرة على المشروع	جزئية أو كلية
طبيعة النشاط	إنتاجي (نقل التكنولوجيا والخبرات)
التكلفة	مرتفعة
مشاركة الملكية الفردية	نعم
المدى الزمني	طويل الأجل
التجزئة	متكامل (لا يتجزئ)
	قابل للتجزئة حسب الأسهم

المصدر: نشمة ياسين، "مدى نجاعة التشريع الجبائي الجزائري في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، ميدان إدارة المنظمات تخصص محاسبة ومراقبة التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2017-2018، ص 79.

يوضح الجدول رقم (01) الفرق بين الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر والذي يأخذ بعين

الاعتبار صيغتين:¹

▪ **الصيغة الكمية:** تعني تقدير نسبة رأس المال المملوك في مشروع استثماري في البلد المضيف من طرف المستثمر الأجنبي التي تؤكد حق السيطرة والرقابة أم لا؛

¹ - نشمة ياسين، مرجع سابق، ص 78.

- **الصيغة الكيفية:** تتمثل كون الاستثمار الذي يتجسد ميدانيا والذي يمكن المستثمر الأجنبي من الإشراف عليه واتخاذ القرارات بشأنه ومن ثم مراقبته أما بشكل كامل أو جزئي على عكس الاستثمار الأجنبي غير المباشر في ظل عدم تمتعه بتلك الميزة أو الخاصية.
- ويزداد اهتمام الدول النامية بالاستثمارات الأجنبية المباشرة أكثر من غير المباشرة لأنها تتطوي على الكثير من المنافع التي تحقق مصلحة مشتركة لطرفي الاستثمار، فالدول النامية ترى بأن الاستثمار الأجنبي المباشر يحقق لها:
 - توفير التمويل اللازم لبرامج وخطط التنمية؛
 - نقل التقنية والتكنولوجيا خاصة لبعض أنواع الصناعات؛
 - خلق فرص عمل جديدة، فضلا عن المساعدة في تنمية الموارد البشرية؛
 - رفع مساهمة القطاع الخاص في الناتج القومي وخلق طبقة جديدة من رجال الأعمال وذلك عن طريق المساهمة في المشاريع الاستثمارية أو استحداث مشروعات جديدة مساندة للمشروعات الاستثمارية الأجنبية؛
 - تشجيع وتحفيز الشركات والمؤسسات المحلية على المنافسة وما ي صاحبها من تحسين في نوعية السلع والخدمات التي تقدمها؛
 - تنمية الصادرات من خلال فتح أسواق جديدة، لا سيما وأن المستثمر الأجنبي لديه إمكانيات أفضل للنفوذ إلى أسواق دولية؛
 - تحسين وضعية ميزان المدفوعات.

المطلب الثالث: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر

سننظر فيما يلي إلى أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر كما يلي:

أولاً- أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر: وهي بدورها تنقسم إلى مايلي:

- 1- **الاستثمار المشترك:** يعرف الاستثمار المشترك على أنه اتفاق طويل الأجل بين طرفين استثماريين احدهما وطني والآخر أجنبي، والطرف الوطني هنا قد يكون قطاعا خاصا أو عاما كما قد يكون شخصية معنوية.
- 2- **الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي:** وهي أكثر الأنواع تفضيلا لدى الشركات متعددة الجنسيات حيث تقوم باستثمار جزء من رأس مالها في دولة أخرى من خلال مشروعات إنتاجية أو خدمية مملوكة لها بالكامل، وهي المسؤولة عن العمليات الإدارية والإنتاجية والتسويقية وتكون هنا درجة المخاطرة عالية نسبيا مقارنة بالاستثمار المشترك.
- 3- **مشروعات أو عمليات التجميع:** وتأخذ هذه المشروعات شكل اتفاقية بين طرف أجنبي وآخر وطني سواء عام أو خاص، يقوم من خلالها الطرف الأجنبي بتوفير المكونات الأصلية لمنتج معين وليكن سيارة مثلا على أن يقوم الطرف الوطني بتجميعها لتصبح منتجا نهائيا.

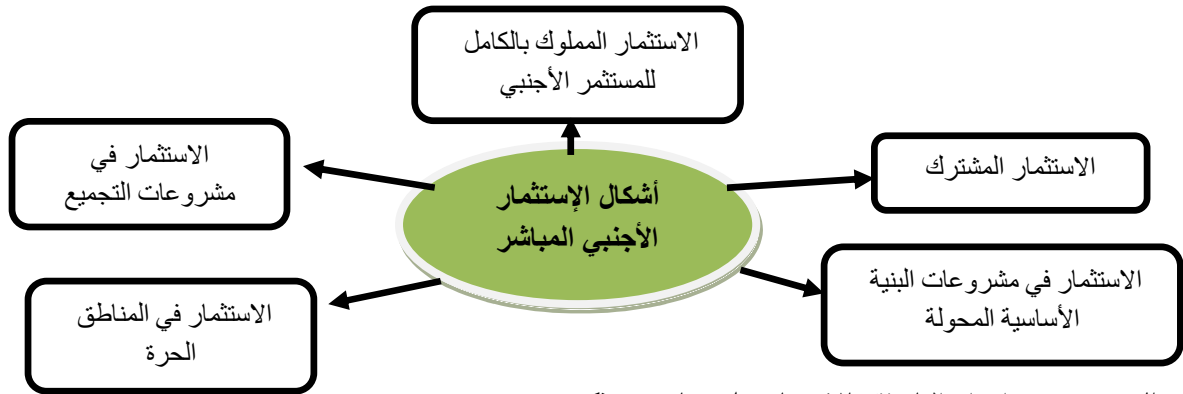
4- **الاستثمار في المناطق الحرة:** وتكون هذه الاستثمارات في النشاطات الموجهة للتصدير حيث يكون الاستثمار هنا بعيدا عن الخضوع لقوانين الدولة المضيفة وتعفى تلك الاستثمارات من جميع الضرائب والرسوم والاقتطاعات ذات الطابع الجبائي وشبه الجبائي والجمركي، وعادة ما يكون هدفه إنتاج سلع موجهة للتصدير.

5- **عقود التراخيص والامتياز:** ويطلق عليها امتياز الإنتاج أو التصنيع أو استخدام العلامات التجارية وفيها تسمح الشركة في دولة اخرى بأن يستخدم براءة الاختراع أو الميزة العينية ونتائج البحث الادارية والهندسية مقابل عائد معين، كما تعرف بأنها "تلك الاتفاقات التي تضع بموجبها الطرف الأول (المرخص) تحت تصرف الطرف الثاني (المرخص له) حقا أو أكثر من حقوق الملكية الصناعية بالدرجة التي لا تصل إلى حد التنازل خلال فترة معينة ووفق شروط معينة مقابل تعويض دوري بهدف الاستقلالية في مجال الإنتاج"¹.

6- **صيغة تسليم المفتاح في اليد:** في هذا النوع من الاستثمار تكون الشركة موردة التكنولوجيا مكلفة بإعداد الخطط والرسوم الهندسية والمعلومات الفنية وكافة الوسائل والمعدات والتجهيزات والتقنيات وتدريب العاملين الوطنيين على تشغيل المصنع وصيانته وتبقى الشركة موجودة لفترة قد تصل إلى 5 سنوات حتى يتمكن العاملين من التحكم في الإنتاج.

ويمكن أن نلخص الأشكال السابقة كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق ذكره.

يوضح الشكل رقم (01) كافة أشكال الإستثمار الأجنبي المباشر، وهي الإستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي والاستثمار المشترك والاستثمار في عقود التراخيص والاستثمار في المناطق الحرة، وكذا الاستثمار في مشروعات أو عمليات التجميع.

¹ - عبد الغني محمود، "الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في القانون الدولي العام"، دار النهضة العربية، مصر، 1991، ص 22-23.

ثانيا- تصنيفات الاستثمار الأجنبي المباشر:

اختلفت الأسس التي يتم على أساسها تصنيف الاستثمار الأجنبي المباشر، نوضحها فيما يلي:¹

1- تصنيفات الاستثمار الأجنبي المباشر استنادا إلى الدوافع والمحفزات:

1-1- الاستثمار الباحث عن الثروات الطبيعية: يشجع هذا النوع من الاستثمارات على زيادة صادرات الدولة المضيفة من المواد الأولية وزيادة الواردات من السلع الرأسمالية ومدخلات الإنتاج الوسيطة والمواد الإستهلاكية.

1-2- الاستثمار الباحث عن الأسواق: يساهم هذا النوع من الاستثمار في ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي في الدولة المضيفة عن طريق زيادة رصيد رأس المال فيها، كما أن له آثارا توسعية على التجارة في مجالي الإنتاج والاستهلاك وذلك بزيادة صادرات الدولة المضيفة وزيادة وارداتها من مدخلات الإنتاج والسلع الواردة إليها من الدول المصدرة للاستثمار.

1-3- الاستثمار الباحث عن الكفاءة في الأداء: يتم هذا النوع من الاستثمار عندما تقوم الشركات متعددة الجنسيات بتركيز جزء من أنشطتها في الدول المضيفة بهدف زيادة الربحية.

1-4- الاستثمار الباحث عن أصول إستراتيجية: ويعتبر هذا النوع من الاستثمار ذا أثر توسعي على التجارة من زاويتي الإنتاج والاستهلاك، كما أنه يعتبر بمثابة تصدير للعمالة الماهرة من قبل الدول النامية ويزيد من صادرات الخدمات والمعدات الدولة الأم.

2- تصنيفات الاستثمار الأجنبي المباشر وفق وجهة نظر الدولة المصدرة:

1-2- الاستثمار الأفقي: تكون فروع الشركات في هذا النوع من الاستثمار مستقلة عن الشركة الأم، وتتحصر العلاقة فقط في عنصر الملكية لوسائل الإنتاج، والتحويل التكنولوجي والتمويل، ويهدف هذا النوع إلى التوسع الاستثماري في الدول المتلقية بغرض إنتاج نفس السلعة أو سلع مشابهة للسلع المنتجة في الدولة الأم، وعادة ما يحدث هذا النوع من الاستثمارات بين الدول ذات المستوى المماثل من النمو.

2-2- الاستثمار العمودي: في هذا النوع من الاستثمارات يتخصص كل فرع من فروع الشركات الأجنبية بإنتاج جزء من العمليات الإنتاجية مثل التجميع أو صناعة المكونات كمنتج نهائي، أو تخصص الفرع في عمليات التسويق. إضافة إلى ذلك فإن الإنتاج الذي تقوم به فروع الشركات الأجنبية في الاستثمار العمودي عادة ما يكون موجه للتصدير لخدمة أسواق البلد الأم دون الأسواق المحلية.

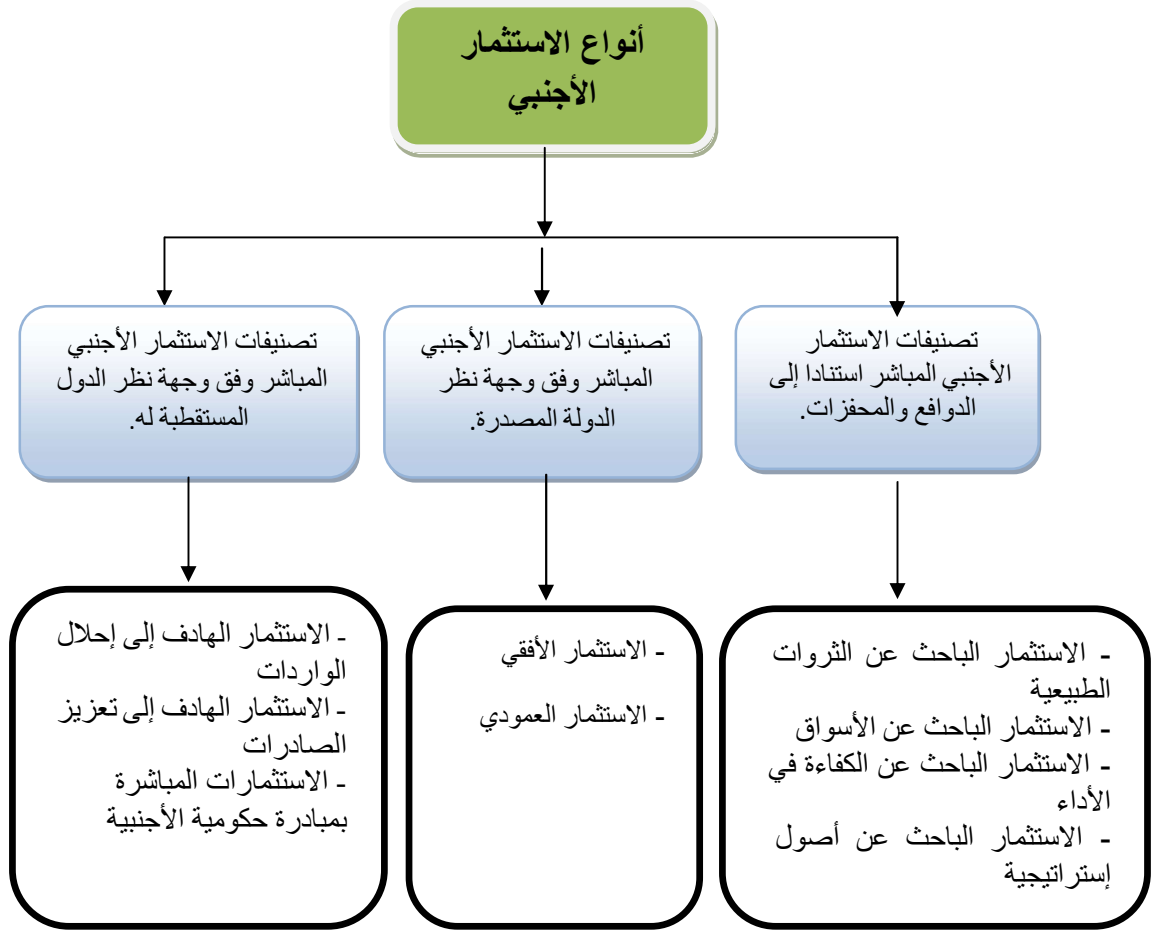
3- تصنيفات الاستثمار الأجنبي المباشر وفق وجهة نظر الدول المستقطبة له:

1-3- الاستثمار الهادف إلى إحلال الواردات: يكون هدف الدولة المستقطبة لهذا النوع من الاستثمار تعويض احتياجاتها من السلع والخدمات التي تستوردها من الخارج، بسلع محلية الصنع، حيث تعتمد في سبيل تحقيق ذلك على استقطاب الاستثمارات والشركات الأجنبية خصوصا في حالة غياب مصادر التمويل المحلية الكافية لتحقيق مثل هذا النوع من المشاريع.

¹ عبد الغني محمود، مرجع سابق، ص 24-27.

3-2- الاستثمار الهادف إلى تعزيز الصادرات: هذه الأنواع من الاستثمارات تخدم مصالح الدول النامية، فهي تساهم في توفير النقد الأجنبي، وتساهم في خلق مناصب الشغل ومحاربة البطالة خصوصا إذا وجهت إلى الصناعات كثيفة العمل نظرا لتوفر البلدان النامية على طاقات بشرية هائلة، وترفع من قدرتها التنافسية. وبالتالي توفير الدعامة التي تركز عليها في سبيل تحقيق التنمية المستدامة. وكل التصنيفات يلخصها الشكل رقم (02):

الشكل رقم (02): أنواع الاستثمار الأجنبي



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على ماتم تقديمه.

يشير الشكل رقم (02) إلى تعدد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر، والذي يمكن تصنيفه وفق معايير ثلاثة، فهناك من يصنفه من منظور الدوافع والمحفزات التي تؤدي إلى حدوثه، وهناك من يصنفه من وجهة نظر الدول المصدرة له، كما أن هناك من يصنفه من منظور الدول المستقطبة له.

المبحث الثاني: مدخل إلى السياحة والتسويق السياحي

أصبحت السياحة من أكبر الصناعات في العالم، فالسياحة لم تعد ظاهرة إنسانية اجتماعية فقط بل هي ظاهرة اقتصادية وثقافية وبيئية تخضع للعديد من المؤشرات والمتغيرات المحلية والعالمية، ولم تعد نشاطا مؤقتا يخضع للظروف والرغبات الطارئة وإنما هي صناعة متسارعة النمو تسعى إلى التوسع المستمر في أسواقها وتعمل على خلق طلب مستمر على خدماتها وذلك عن طريق عرض الخدمات السياحية في شكل متطور ومتجدد من خلال الفلسفة القائلة بأن "العرض يخلق الطلب".

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة

تمثل السياحة صناعة واحدة في القرن الواحد والعشرون، فهي صناعة معقدة متعددة الأطراف ومترابطة الجوانب باعتبارها أحد الموارد الأساسية للتنمية المستدامة والممول عليها للمساهمة في رفع معدلات النمو الاقتصادي في العالم.

أولاً- نشأة السياحة:

لقد كانت حركة الانسان في بداياتها بسيطة في مظهرها وأسبابها وأهدافها، ومن أبرز سمات السياحة في تلك المرحلة غياب الدولة والأنظمة والعلوم والنقود ووسائل النقل حيث كان سفر الإنسان للاستكشاف والبحث عن ضروريات الحياة¹.

ولكن مع نشوء الدول القديمة فقد سادت بينها اتفاقيات للتبادل التجاري وفق نظام أشبه ما يكون بعملية التصدير والإستيراد المعروفة حالياً، وقد كان سائداً على وجه الخصوص لدى المجتمعات الإغريقية والرومانية القديمة للتنقل والاتصال عن طريق التبادل التجاري مع العالم الخارجي بطريق البر أو عبر الأساطيل البحرية، حيث يعتبر هؤلاء أول من مارسوا السفر والتنزه، وهو الأمر المعروف أيضاً في التجارة العربية القديمة التي كانت تعتمد على القوافل البرية.

أما في القرن الخامس عشر ميلادي كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها فاهتمت بالعلوم والفنون والآداب والعمارة وازدادت حركة الناس نحو البلاد الإسلامية وأصبحت قبلة للسياح من كل العالم كبغداد وقرطبة، كما أدى ظهور الطباعة في هذا القرن إلى تدوين الرحالة الأوائل رحلاتهم مما ساهم في تطوير السياحة ومن أبرزهم ابن بطوطة الذي وضع كتابه الشهير "تحفة الأنظار في غرائب الأمطار وعجائب الأسفار" الذي وصف فيه رحلاته الشهيرة إلى بلاد آسيا وإفريقيا، وكذلك الرحالة أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان (الممالك والممالك) ومن الرحالة العرب أيضاً ابن

¹ - حسين قاصب، "الخيارات الاستراتيجية لمنظمات الأعمال السياحية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة مقارنة بين منظمات الأعمال الفندقية بالجزائر وتونس"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص إدارة أعمال استراتيجية، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر، 2018-2019، ص3.

جبير الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي¹. كما شهد القرن السادس عشر اكتشاف الرحالة كريستوفر كولمبوس لأمریکا عام 1496م، ثم اكتشاف الملاح البرتغالي فاسكودي كام طريق رأس الرجاء الصالح خلال رحلته الشهيرة إلى الهند عام 1498م².

أما في القرن الثامن عشر الذي شهد ثورة صناعية والتي كان لها دفعا كبيرا نحو السياحة من خلال الترحال عبر السكك الحديدية حيث تم افتتاح شركة ليفربول مانشستر للسكك الحديدية في إنجلترا وكان توماس كوك أول من أنشأ وكالة سياحية وأول خبير ومرشد سياحي عام 1841 ينظم رحلات سياحية جماعية عبر القطار داخل إنجلترا ثم امتدت الرحلات نحو مصر والولايات المتحدة والشرق الأوسط³، ومضى كوك في تنظيم رحلاته بالاشتراك مع الشركات التي كانت تسيّر خطوط السكك الحديدية في ذلك الوقت وقد نظم أول رحلة بغرض تجاري في عام 1845⁴ ومن أهم الأسباب التي أدت إلى تطور السياحة في تلك الفترة تعاظم دور الكنيسة والكاتدرائيات التي كانت مزارات سياحية في كثير من بلدان العالم⁵.

ومع نشوء الدولة بمفهومها المعاصر (نظام، إقليم، شعب) حدث تغيرا واضحا في طريقة إنفاق الفرد على خدمات متنوعه في مجالات جديدة في الحياة كالسفر إلى مختلف بقاع العالم للاصطياف والتنزه والمتعة أو العلاج أو الدراسة، وكذلك التنوع الهائل في الخدمات السياحية كالفنادق والمطاعم ووكالات السفر، وتطور وسائل النقل وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ساهمت بدرجة كبيرة جدا في تقريب المسافات وإلغاء الحدود، مما ساهم في التوسع نحو السياحة العالمية وتزايد الاستثمارات الدولية في هذا القطاع.

ثانيا - مفهوم السياحة:

لقد اجتهد الكثير من العلماء والمختصين والباحثين في إعطاء تعريف دقيق للسياحة كل حسب تخصصه وميوله.

السياحة لغة: السياحة لغة تعني الضرب في الأرض، حيث اشتقت من سيج الماء، أي جرى على وجه الأرض. والسياحة هي الذهاب في الأرض للعبادة والتنزه، كساح في الأرض سيجا سيوحا أي ذهب في الأرض، كما ورد في الأحاديث الصحيحة قول الرسول صلى الله عليه وسلم "إن سياحة أمتي الجهاد في

¹ - محمد العطا عمر، "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية"، الندوة العلمية بعنزان "أثر الأعمال الإرهابية على السياحة"، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، سوريا، 2010، ص 5.

² - توفيق ماهر عبد العزيز، "صناعة السياحة"، دار زهران للنشر والتوزيع، دائرة المكتبة الوطنية، الأردن، 2008، ص 66.

³ - توفيق ماهر عبد العزيز، المرجع نفسه، ص 67.

⁴ - عصام حسن الصعيدي، "تنظيم المعلومات السياحية"، دار الرابحة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011، ص 141.

⁵ - علام أحمد عبد السميع، "علم الاقتصاد السياحي"، دار الوفاء لدنيا الطباعة، أكاديمية الاسكندرية للعلوم، مصر، 2008، ص 23.

سبيل الله"، وقال الإمام ابن تيمية: "ما يفعل أعدائي بي؟ إن قتلوني فقتلي شهادة وإن حبسوني فسجني خلوة، وإن نفوني فنفيي سياحة"¹.

أما قاموس "Robert" قد أوضح أن مصطلح سائح قد عرف في اللغة الفرنسية عام 1716م، بينما عرف مصطلح سياحة عام 1741 م، حيث أشار هذا القاموس بأن مصطلحي السائح والسياحة قد اشتقا من اللغة الإنجليزية².

السياحة اصطلاحاً: تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، وألا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي، ومصطلح السياحة في اللغات اللاتينية Tourisme مشتقة من الفعل To tour بالإنجليزية، أما بالفرنسية فهي مشتقة من الفعل Tourner والمعنى في اللغتين نفسه يعني يدور أو يجول.

ورغم صعوبة إيجاد تعريف شامل للسياحة نظراً لتعدد واختلاف تعاريفها بحسب الزاوية التي ينظر إليها منها، إلا أننا ستعرض أهم التعاريف على النحو التالي:

• عرفها العالم الألماني جويبر فرولر (Guyer Freuler) عام 1905م "بوصفها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة"³.

• أما النمساوي شوليدر (Schullard.H.V) في عام 1910 أشار إلى أن السياحة هي اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة⁴.

• أما جوف مايكل أورنر (Jeonf- Michel orner) عرف السياحة على أنها نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك يحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكوف السبب هو التسلية، التداوي، عقد أو حضور اجتماعات، زيارة المقدرات الدينية، التجمعات الرياضية... الخ⁵.

• يرى 2003 Forester "السياحة كنظام تعني النظر إليها كوحدة تنظيمية متكاملة، تتضمن هذه الوحدة عناصر ذات تنوع واسع لكنها مندمجة مع بعضها البعض بشبكة من الروابط المتداخلة

¹ - مجد العطا عمر، المرجع نفسه، ص4.

² - كمال درويش ومجد الحامحي، "رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ"، مركز الكتاب للنشر، مصر، 2017، ص248.

³ - ابراهيم خليل بضاو، "الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص25.

⁴ - خليل مصطفى غرابية، "السياحة الصحراوية في الوطن العربي: الواقع والمأمول"، دار قنديل للنشر، الاردن، 2012، ص2.

⁵ - Jean-Louis Barma, "Marketing du tourisme et de l'hotellerie", troisièm édition, édition d'organisation, France, 2004, p3.

والعلاقات المتبادلة والحركة الدائمة¹.

• أما مؤتمر أوتاوا بكندا عرف السياحة على أنها " الأنشطة التي يقوم بها الشخص من مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر الإقامة في ذلك المكان، ويستبعد اللهجة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب"².

• أما منظمة السياحة العالمية (WTO) World Tourism Organisation وضعت تعريفا خاصا للسياحة سنة 1993 على أنها: "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة أو لأغراض أخرى"³.

• الأكاديمية الدولية للسياحة تعرف السياحة بأنها "اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح"⁴.

• المجلس الفرنسي الأعلى للسياحة يعتبر السياحة بأنها" تشمل جميع الأنشطة الإنتاجية والاستهلاكية الناتجة عن التنقل خارج مكان الإقامة ليلة واحدة على الأقل، بغرض الترويج عن النفس والأعمال، والعلاج والمشاركة في أنشطة مهنية ورياضية أو دينية"⁵.

• عرفها مؤسس الأبحاث السياحي Krapthe Hunsiker سنة 1942 السياحة أنها "مجموعة من العلاقات والأعمال التي تكونت بسبب التنقل وإقامة الأفراد خارج مقر سكنهم اليومي، حيث أن هذا التنقل لا يدخل في إطار النشاط الإنساني المربح.... الخ"⁶.

• أما وزارة السياحة الجزائرية تبنت تعريف المنظمة العالمية، حيث اعتبرت أن:⁷

- **الداخل:** كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور.

- **المسافر:** كل شخص يدخل التراب الوطني مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، ومهما كانت جنسيته ومكان أقامته، باستثناء السياح في نزهة أو رحلة بحرية داخل بواجرهم طول مدة إقامتهم.

- **الجوال البحري:** كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي دخل فيها، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته.

-**المتنزه:** هو زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته في الجزائر 24 ساعة بما في ذلك المسافر في نزهة بحرية

¹- زير ريان، "مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بيسكرة، الجزائر، 2018، ص30.

² لزمد الصنقي، "مهارات التخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص11.

³-Jean Pierre, Lozato giotart, Michel balfet, " **Management du tourisme -Territoires, systèmes de production et strategies**", 2eme édition, Pearson Education , France , 2007, p 09.

⁴- مروان السكر، "مختارات من الاقتصاد السياحي"، مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 1999، ص13.

⁵-Christine R, "**le tourisme**", publication universitaires D'études européennes, Suisse, 1985.P 190.

⁶- رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص17.

⁷- الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000، ص257.

- **السائح:** هو زائر للجزائر لفترة محدودة على الأقل 24 ساعة لأسباب مختلفة ترفيهية، صحية، دراسية، دواعي دينية أو طبية، قضاء عطلة.

يلاحظ أن أغلب التعاريف السابقة قد أغفلت جانب السياحة الداخلية التي تعتبر ذات أهمية وخصوصية بالنسبة للأفراد الذين لا تسمح لهم إمكاناتهم المادية وظروفهم الصحية من السفر إلى الخارج، وقد أقر مؤتمر أوتاوا عام 1991 أن مدخل تعريف السياحة يأتي من جهة الطلب (سواء كان داخلي أو خارجي)، لتعريف الأنشطة السياحية بما يكفل مقارنتها مع الأنشطة الاقتصادية في الصناعات الأخرى فذلك كان من الضروري وضع تعريف للسياحة من مدخل الطلب.

التعريف الشامل للسياحة: من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن السياحة عبارة عن سفر وانتقال الفرد من مكان إلى آخر، وقد يكون هذا الانتقال في البلد نفسه أي سياحة داخلية لمدة يجب أن لا تقل عن 24 ساعة، أو خارج البلد وهي سياحة عالمية يجب أن لا تتجاوز سنة، مما يتيح له الشعور بالراحة والمتعة والاستجمام وقد تكون لأغراض ثقافية أو دينية أو رياضية أو اجتماعية أو أعمال... الخ، وكل ذلك بمقابل مادي.

ثالثا- خصائص السياحة:

من خلال استعراضنا لمفهوم السياحة يمكن استخلاص الخصائص التالية:¹

- تعتبر السياحة ظاهرة انتقال مؤقتة (وقتية) يقوم بها الأفراد، فيتركون محل إقامتهم التي يقيمون فيها إلى أماكن أخرى داخل بلادهم أو إلى بلاد أخرى؛
- السياحة هي مزيج من الظواهر والعلاقات التي تنشأ من حركة السياح والتي تحتوي على ثلاثة عناصر أساسية: عنصر ديناميكي حركي هو السفر، عنصر ستاتيكي (ساكن) هو المنطقة المضيفة وعنصر سببي (تابع) ناتج عن العنصرين السابقين ويهتم بالتأثير الذي يحدثه السائح؛
- -السياحة صناعة مركبة متعددة ذات خصائص متميزة تحتوي على منشآت ومنظمات وتسهيلات تشبع احتياجات خاصة للسياح؛
- يتطلب انتقال الفرد من خلال السياحة فترة زمنية تطول أو تقصر وفقا لرغبات السائح؛
- السياحة تتوقف أيضا على قدرة السائح على الإنفاق، وقوانين الدولة، وتأثير عوامل الجذب السياحي وتكاليف الإقامة والمعيشة في البلد المضيف؛
- يعد السائح مستهلكا في الدولة المضيفة وإنفاقه يؤدي إلى زيادة مستوى الدخل لهذه الدولة؛
- السياحة وسيلة تواصل بين الشعوب والثقافات والأديان؛
- الطلب السياحي لا يتوقف على مدى جاذبية المواقع والخدمات السياحية، بل يتعداه إلى مستوى التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات والعوامل الثقافية والسياسية داخل الدولة المضيفة؛

¹ حمزة بوكسفة، عمار زودة، "واقع وأفاق السياحة في الجزائر وتنافسيتها بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017"، مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي البزوي العدد 05، 2018، ص34.

- الغرض من السياحة متشعب فقد يكون للترفيه والاستجمام أو لأغراض أخرى كالتعليم والعلاج والأعمال والصفقات أو لدوافع دينية، فهي في كل الأحوال لا ترتبط بالعمل المدفوع؛
 - تعد السياحة من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الإقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع؛
- رابعاً- أنواع السياحة:

يمكن أن نوضح أشكال السياحة المختلفة تبعا لعدة معايير ومؤشرات أهمها: المسافة، الغاية من السفر، وسيلة السفر، الزمن، مدة الإقامة، المقصد السياحي، مستوى التنظيم.. الخ. وعلى هذا يمكن أن نصنف السياحة حسب العوامل التي تقاس بها كما يلي:

1- السياحة حسب المكان: تنقسم السياحة وفق هذا المعيار إلى نوعين:

- 1-1- السياحة الداخلية (Domestic Tourism): هي السياحة التي تعني تنقل الأفراد داخل حدود دولتهم وزيارة الأماكن السياحية فيها، وهذا يعني عدم حاجتهم إلى استخدام جوازات السفر أو تأشيرة؛

- 1-2- السياحة الخارجية (International Tourism): هي السياحة التي تعني سفر الأفراد خارج حدود الدولة ودخول حدود دولة أخرى، ويفرض هذا النوع من السياحة على السائح تعلم واحترام عادات وتقاليد الدولة التي سيزورها وعدم إيذاء الثقافة الأخرى¹؛

2- السياحة حسب الغرض: تنقسم السياحة حسب الغرض إلى:

- 1-2- سياحة الاستجمام والترفيه: يكون هذا النوع من السياحة بغرض الاستمتاع والراحة والتجدد والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر ويتم من خلالها ممارسة كل الهوايات، كما تعتبر من أقدم وأكثر الأنواع شيوعاً، ويعتمد هذا النوع على الأسعار ونوعية الخدمات والمكان المناسب.

- 2-2- السياحة الدينية: تعتبر السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في تدفق السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على المواقع الدينية في العالم وتاريخها، وبما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو ذلك حسب الديانات المختلفة للأفراد ومعتقداتهم².

وقد برزت السياحة الدينية في الآونة الأخيرة نمطاً اقتصادياً ذا جدوى مؤثر في ميزانيات الدول والمجتمعات؛ فأصبحت جديرة بالاهتمام الرسمي والمجتمعي إلى الدرجة التي لم يعد يخلو فيها بلد ما من معلم ديني يعزز المنظومة السياحية العامة، ويساعد في دعم الاقتصاد القومي، وقد بات القطاع السياحي العام في البلدان الأوروبية بما فيه قطاع السياحة الدينية يشكل نسبة كبيرة من حيث المشاركة في الناتج

¹ صورية مساني، "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول"، دراسة حالة الجزائر للفترة 195-2014، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات الأعمال والتجارة الدولية جامعة سطيف، الجزائر، 2018-2019، ص 72.

² مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، مجدلوي للنشر، الأردن، 1999، ص 17.

المحلي الإجمالي، وهي النسبة التي تصل إلى 12.4% في مقابل نسبة أقل لدى البلدان الشرق أوسطية التي تبلغ 9.5% فقط¹.

2-3- السياحة الرياضية Sport Tourism: يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها، ومثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية و بطولات العالم المختلفة².

وحسب المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2018 بلغت قيمتها في صناعة السياحة والسفر العالمية 1 تريليون دولار.

2-4- سياحة المغامرات: هو مصطلح يستخدم للدلالة على نوعية الرحلة السياحية التي تستهوي الأفراد الذين يبحثون عن نوع معين من النشوة والمخاطرة، كرحلات التجديف في الأنهار العليا وركوب الأمواج في البحار الهائجة ورحلات الصيد في أعالي البحار وسباق القوارب في فصل الشتاء، وحسب التدقيق العلمي لسياحة المغامرات فهي تضم كل الأشخاص الذين يركزون على البحث عن الخبرات الغامضة ويعيشون لحظات من التحدي والاستكشاف والخطر.

2-5- السياحة الأثرية والتاريخية: ترتبط السياحة التاريخية بثقافات وخبرات الشعوب، ومهرجاناتها، وتقاليدها، كما ترتبط بالمواقع وفسيفسائها، وأنواع الفنون فيها، وضمن مفهوم السياحة التاريخية فإن من أفضل ما يبقى في ذهن السائح التاريخي والثقافي هو خوضه للتجارب السياحية الراضخة في الذهن.

2-6- السياحة العلاجية Medical tourism: عرفت هذه السياحة منذ القدم من خلال الينابيع المعدنية وحمامات المياه الكبريتية والطين والرمال الساخنة وبقيت هذه الأماكن مزارا للكثير من طالبي العلاج حتى في العصر الحديث، حيث تعتبر واحدة من عوامل الجذب السياحي في مختلف دول العالم، فالיום يشهد قطاع السياحة العلاجية تطوراً متسارعاً لا سيما في شقه التجميلي والطبي والاستشفائي، فالرحلة العلاجية سميت بـ"سياحة لأن المسافر بقصد تلقي العلاج يبقى في البلد الأجنبي لفترة العلاج مستغلا هذا الوقت إذا سمحت حالته الصحية في زيارة معالم المدينة التي يقيم فيها مؤقتا بقصد العلاج.

2-7- السياحة البيئية Eco Tourism: مصطلح السياحة البيئية ظهر منذ مطلع الثمانينات من القرن العشرين وهو مصطلح حديث نسبيا، جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة، حيث ورد تعريف السياحة البيئية من قبل الصندوق العالمي للبيئة على أنها "السفر على مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل وذلك لاستمتاع بمنظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر"³.

¹ محسن حسن، السياحة الدينية في العراق: الواقع والمأمول. دراسة وصفية. مركز البان للدراسات والتخطيط، 2018، ص4.

² عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 133.

³ مصطفى يوسف كامل، "السياحة البيئية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص52.

وتعتبر السياحة الريفية (Rural tourism) من أهم أنواع السياحة البيئية المستحدثة فالريف اليوم يمثل نموذجاً للتنمية المستدامة في سياق التحول نحو الاقتصاد الأخضر، فهو مجموعة متنوعة من البيئات والموارد الطبيعية والنظم الأيكولوجية، والأعراق، والثقافات، والعلاقات الاجتماعية، وأشكال التنظيم الاجتماعي والسياسي وهذا ما يثبت أن مشهد الريف متنوع وجمعي وغير متجانس¹.

هذا وتشير البيانات الإحصائية الرسمية لمنظمة السياحة العالمية أن سفريات السياحة "الخضراء" تشكل في وقت الراهن 7-20% من الحجم العام للسفريات السياحية، كما يقدر نمو السياحة الريفية الخضراء نحو 10-20% وحتى 30% في السنة.

3- السياحة حسب السن: حسب السن يمكن أن نقسم السياحة إلى الأنواع التالية:²

3-1- سياحة الطلاب: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية الأقل من 16 سنة، وتكون على شكل رحلات كشفية تعليمية.

3-2- سياحة الشباب: وهي سياحة خاصة بفئة الشباب من سن 16 سنة إلى 30 سنة، وتشمل طلاب المدارس والمعاهد والجامعات، حيث تمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والمغامرات.

3-3- سياحة الناضجين: وتخص فئات العمر بين 30 سنة-60 سنة، وهي سياحة الاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق الذي يسببه العمل.

3-4- سياحة المتقاعدين: يشارك فيها كبار السن، حيث الذين يتعدى سنهم 60 سنة، وهي سياحة يكون فيها عامل الراحة والهدوء الجانب الأكبر من الهدف في السياحة.

4- السياحة حسب مدة الإقامة: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

4-1- سياحة موسمية: تكون السياحة أساسية إذا كانت مرتبطة بموسم الإجازات في الدول المصدرة للسياح وتكون في مجملها ثقافية، ترويحية وسياحة مغامرات، حيث ترتبط بالطقس الملام وبالموسم السياحي بالنسبة للدول المستقبلة³، لهذا يفضل السائحون التوجه في مواسم معينة إلى مناطق معينة دون الأخرى.

4-2- سياحة عابرة:⁴ تكون أثناء انتقال السياح بالطرق البرية من خلال الحافلات السياحية أثناء توجهها إلى بلد ما يمر ببلد معين ويبقى لمدة قصيرة يوم أو يومين، أو بالطرق الجوية بالطائرات كأن يكون تعطل في الطائرة أو اضطراب جوي فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات لزيارة أماكن أثرية ويكون هذا النوع من السياحة دون تخطيط مسبق أو تنظيم.

5- أنماط السياحة الحديثة: تشمل الأصناف التالية:

¹- لور ماتي، "الريف البرازيلي نموذجاً للتنمية في سياق الاقتصاد الأخضر بعد عام 2003"، ترجمة قاسم شعيب السلطاني، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العراق، الإصدار 1-7-2019، ص 49.

²- كمال درويش ومجد الحماحمي، مرجع سابق، ص 254.

³- سميرة عميش، مرجع سابق، ص 46.

⁴- صورية مساني، مرجع سابق، ص 72.

5-1-1- سياحة المؤتمرات والاجتماعات: هي نمط جديد من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطاً كبيراً بالنمو الحضاري الكبير الذي شهده العالم وما تبعه من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية بين الدول، كما ارتبط هذا النوع من السياحة بأنواع أخرى من السياحة كسياحة الحوافز وسياحة المعارض¹، وقد أصبحت سياحة المؤتمرات في الوقت الحاضر من الأنماط الهامة في السياحة الدولية حي يوجد آلاف من الأطباء والاقتصاديين والتجارين ورجال الأعمال والمحامين والأساتذة الذين يهتمون بحضور هذه المؤتمرات الدولية.

5-2-2- سياحة ذوي الاحتياجات: اتجهت الكثير من الدول إلى الاهتمام هذا النوع من السياحة خاصة وأنهم أصبحوا يمثلون شرائح كبيرة من السياح ذوي الدخل المرتفعة حي يقدر انفاقهم على السياحة 30% عن الانفاق للسائح العادي، وتعتبر النمسا من أكثر الدول اهتماماً بهذا النوع من السياحة.

5-3-3- سياحة الحوافز: هي من الوسائل الحديثة التي تستخدمها إدارة الشركات والمؤسسات والمصانع والمنظمات لتحقيق أهداف العمل المنشودة (زيادة مبيعاتها أو تقديم منتج جديد في السوق، أو في فترة كساد) حيث تكون هذه المكافئة على شكل تجربة سياحية تقدمها للموظفين وحتى المتعاملين مع الشركة.

5-4-4- السياحة الايكولوجية: يطلق عليها أيضاً مصطلح السياحة الخضراء فهي تجمع بين الاكتشاف والتمتع بالجمال الطبيعي وإطارة النباتي والحيواني، مع اتخاذ ما يلزم لحمايته وعد تدميره وعادة ما يكون إنفاق سائحو السياحة الايكولوجية أكثر من السائحين العاديين.

5-5-5- سياحة المشاركة في الوقت Time Share: يقصد بها أن يشتري شخص ما حق الانتفاع بإحدى الوحدات في منتج سياحي يختاره لمدة زمنية محددة كأسبوع أو أسبوعين أو ثلاثة أسابيع في السنة، بحيث يُصبح من حقه الإقامة المجانية والانتفاع بالوحدة خلال المدة الزمنية التي اشتراها، كما يكون من حقه أن يهدي أحد أقرانه أو أصدقائه حق الانتفاع بها.

5-6-6- السياحة الإلكترونية: تشكل السياحة الالكترونية القسم الأول والأكبر من حجم التجارة الالكترونية، وتعرف السياحة الالكترونية بأنها تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على قطاع السياحة فهي تعني رقمنة جميع العمليات وسلاسل القيمة في قطاعات السياحة والسفر والفنادق والمطاعم²، فهي نمط سياحي يتم من خلاله تنفيذ بعض المعاملات التي تتم بين المؤسسات السياحية والسائح الكترونياً (استخدام قواعد التجارة الالكترونية في المعاملات السياحية).

5-7-7- السياحة الفضائية: أخيراً تحقق حلم البشرية بالسياحة في الفضاء الخارجي وأصبح بمقدور أي شخص القيام برحلة حول الأرض مدتها 3 ساعات مقابل 100 ألف دولار، يُقصد بها السفر إلى الفضاء لأغراض ترفيهية، وتعد هذه الرحلات محدودة للغاية نظراً لتكلفتها العالية.

¹ - ماهر عبد الخالق السبسي، "مبادئ السياحة"، مجموعة النيل العربية، الطبعة الثانية، مصر، 2006، ص59.

² - أقبال جاسم جعفر، "السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة - تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة"، مجلة الخليج العربي، المجلد 46، العدد 3-4، 2018، ص159.

وبشكل عام مازالت سياحة الفضاء في خطواتها الأولى، إلا أنه بالنظر لحجم المشاريع المرتقبة يبدو أنها ستحقق تقدماً سريعاً في السنوات المقبلة، ومن المتوقع أن تصبح السياحة الفضائية سوقاً يعادل قيمة مليار دولار خلال الـ15 سنة القادمة وفقاً لتقرير صادر في 2010 عن وكالة الطيران الفيدرالية الأمريكية.

المطلب الثاني: صناعة السياحة في العالم

الواقع يثبت أن السياحة لها جانب آخر يختلف عن جانبها الاجتماعي وهو الجانب الصناعي، فهي مجموعة صناعات متصلة ببعضها ومتكاملة تقدم مخرجا واحداً يتمثل في العرض السياحي، فمن المسلم به أن صناعة السياحة صناعة مركبة ذات أبعاد متعددة حتى أن بعض الخبراء يفضل استخدام صيغة الجمع لتكون صناعات السياحة بدلاً عن صناعة السياحة.

أولاً- مفهوم صناعة السياحة (Tourism Industry):

- يرجع التعريف الأول لمفهوم السياحة كصناعة إلى مطلع سبعينات القرن الماضي 1971 حيث أشار دكا ديت Dekadet إلى أن «السياحة صناعة تستمد ثروتها عن طريق استيراد المستهلكين للمنتج في منطقة جغرافية معينة بدلاً من تصدير المنتج النهائي للمستهلك»¹.

يوضح هذا المفهوم أن السياحة هي منتج يصنع ويعرض في السوق لاستهلاكه كما يتعرض إلى منافسة من منتج سياحي مشابه وهذا ما يمثل النشاط الصناعي والاقتصادي.

- تعرف أيضاً بأنها «السياحة صناعة ونشاط إنساني اقتصادي قبل أن تكون كيانا شاخصاً ملموساً، فصناعة السياحة توصف بصناعة اللاملموس في عالم الملموس، فهي صناعة توصف بأنها صناعة خدمية من الطراز الأول وصناعة فن التعامل الإنساني والترفيهي مع أولئك المنتفعين من خدماتها والقائمين على تقديمها على السواء»².

- كما يعرفها ديفيدسون Davidson «السياحة هي صناعة تفرض على أي دولة تسعى لجذب السياح والتوسع السياحي لإقليمها أن تؤمن الاحتياجات والخدمات الضرورية للسياح، منذ ساعة وصولهم حتى مغادرتهم، وأن المؤسسات التي تقدم تلك التسهيلات والخدمات تشكل ما يطلق عليه صناعة السياحة»³

من خلال المفاهيم السابقة لصناعة السياحة نستنتج أن صناعة السياحة هي نشاط اقتصادي يعتمد على الفاعلين سواء من القطاع العام أو القطاع الخاص، تؤثر وتتأثر بشكل كبير قطاعات اقتصادية أخرى مثل قطاع الخدمات والنقل والاتصالات والحرف والصناعات التقليدية، كل هذه القطاعات

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، كباشي حسين قسيمة، "الاستثمار السياحي في منطقة علا"، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008، ص 10.

² عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، كباشي حسين قسيمة، مرجع سابق، ص 10.

³ عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، كباشي حسين قسيمة، المرجع نفسه، ص 11.

تعمل على تحقيق قيمة مضافة في الاقتصاد القومي، وهذا هو الجانب الاقتصادي لصناعة السياحة باعتبارها مصدر للعملة الصعبة وتوفير مناصب شغل وزيادة في إجمالي الناتج الداخلي.

ثانياً - متطلبات صناعة السياحة:

إن صناعة السياحة هي صناعة مركبة غير تقليدية تعتمد على حركة الأفراد أكثر من حركة البضائع فهي صناعة ذات أوجه متعددة ومتشابكة تعتمد بصورة رئيسية على:

- مؤسسات القطاع العام التي تعمل على توفير البنى التحتية والبيئة المحفزة للاستثمار السياحي؛
- مؤسسات القطاع الخاص التي تعمل على تهيئة أماكن الجذب السياحي والاستثمار في المرافق والخدمات والتسهيلات السياحية التي تشكل الركن الثاني الداعم لصناعة السياحة بعد المقومات الطبيعية والتاريخية التي يزخر بها البلد؛
- الأنظمة والتشريعات ذات الاختصاص بقطاع السياحة لتشجيع وتحفيز الاستثمار السياحي؛
- توفر وسائل نقل متطورة (بري، بحري، جوي) تسهل عملية الانتقال (الداخلي أو الخارجي) للسائح في أوقات وجيزة؛
- توفر وسائل ووسائط الاتصالات الحديثة التي تعمل على ربط السائح بإدارة أعماله ومصالحه في أي دولة في العالم (شبكة الانترنت)؛
- صناعة الضيافة (الفنادق والمطاعم)، ويركز الخبراء على أن نصف موارد السياحة تأتي من موارد الفنادق وهذا معناه أنه في حالة زيادة الموارد الفندقية فإن حصة الموارد السياحية سوف تزداد والعكس صحيح، ولهذا السبب نلاحظ أن في الدول المتقدمة سياحياً يوجد اهتمام كبير في إنشاء وتطوير صناعة الفنادق، فإذا ركزت السياحة خلت الفنادق من السياح، كما أن صناعة الضيافة مرتبطة بصناعة النقل ارتباطاً وثيقاً بسبب وحدة العمل؛
- وكالات السفر والسياحة التي تعمل على جذب أكبر عدد ممكن من السياح من خلال الترويج للمنتج السياحي (التخطيط السياحي الفعال)؛
- صناعة السياحة تعتمد بدرجة كبيرة على فعالية التسويق السياحي الذي يخلق رغبة المستهلك ويولد لديه القناعة بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل منتج متوفر في سوق السياحة العالمية بسعر منخفض وجودة عالية تلبى رغباته المطلوبة، فالكثير من الدول تتوفر على الموارد السياحية المهمة لكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً.

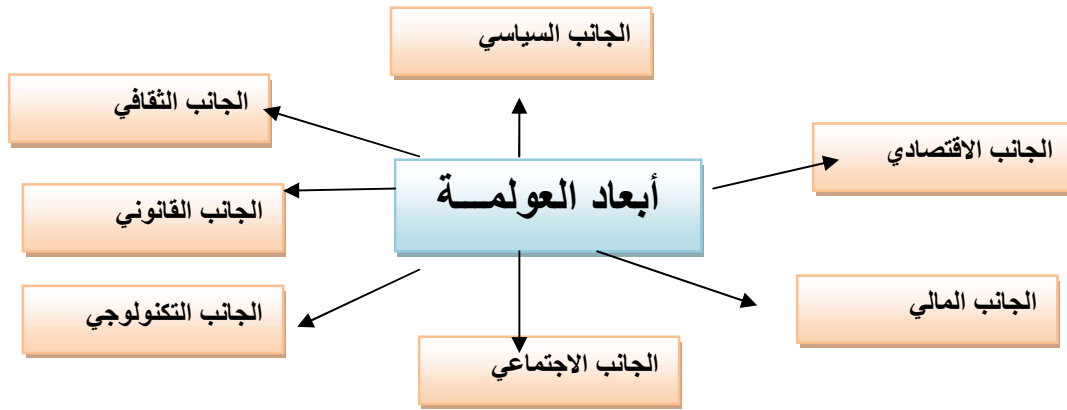
ثالثا - العولمة وصناعة السياحة:

إن زيادة التعاون الاقتصادي بين الدول والذي يحتمه ازدياد حجم وحرية التعامل بالسلع والخدمات ورؤوس الأموال الدولية والانتشار المتسارع للتقنية في أرجاء العالم كله، كان نتيجة العولمة التي قضت على كل الخصوصيات تدرجيا من غير صراع إيديولوجي.

1- مفهوم عولمة السياحة:

تعرف العولمة بأنها نمو الشركات العالمية التي تتخطى الحدود والولايات القومية، كما تعتبر بالنسبة للبعض الآخر أنها ذات صلة وثيقة بثورة المعلومات وحركة الأموال والأفكار والعمالة وغيرها من التقنيات الحديثة التي لعبت دورا في تقريب اقتصاديات دول العالم¹. وتعتبر العولمة ظاهرة وتيار متعدد الأبعاد والجوانب نوضحه في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): أبعاد العولمة



المصدر: شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص 69.

الشكل رقم (03) يوضح تعدد أبعاد العولمة في جميع المجالات، فلا خلاف في أن محور عصرنا هو المال فمن خلال سلسلة من الترتيبات والارتباطات صارت كل وجوه التنمية وأشكالها تحتاج إلى المال، فلا تعليم ولا تربية ولا صحة ولا سياحة ولا أمن ولا سياسة من غير توفير قدر من الإمكانيات والأدوات والظروف التي تجعل تنمية هذه الجوانب من حياتنا ممكنة، وليست هذه الوضعية طبيعية، وإنما هي نتيجة حتمية لإعطاء الأشياء المادية أولوية أكثر، فالاقتصاد اليوم هو ما تبقى من السياسة، حيث حصل انحدار دولي رهيب حين تحولت أرضية العلاقات الدولية من أرضية قائمة على التوازن والتفاوض ورعاية المصالح المشتركة إلى أرضية تجارية، قاعدتها الأساسية هي التنافس والهيمنة والاستحواذ والتفوق بأي ثمن، والطريق إلى ذلك هو حرية السوق وتحرير التجارة وتشجيع الاستثمارات الأجنبية، وكل هذا كان

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، "العولمة واقتصاديات البنوك"، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 18.

بسبب العولمة التي أدت إلى تجنيس أذواق الأمم وتوحيد أنماط حياتها في الإنتاج، الاستهلاك، التفكير، الترويج عن النفس، الثقافة، اللبس، العادات... وغيرها.

كما أن قطاع السياحة يعد من أهم القطاعات الخدمائية التي ارتبطت بالعولمة، فقد أدى تطور البنى التحتية للدول من شبكات طرق وسكك حديدية ووسائل النقل الجوية والبحرية وسهولة الانتقال والثورة الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تنشيط الحركة السياحية، وتتوقع منظمة السياحة العالمية أن تزداد حركة المسافرين عبر العالم من 625 مليون سنة 2006 إلى 1,9 مليار مسافر خلال العام 2020، بحيث تصبح المقبوضات السياحية حوالي 2 تريليون دولار سنوياً، مما يجعل السياحة الصناعة التصديرية الأولى في العالم، ومن الجدير بالذكر أن شركات السياحة العالمية افتتحت فروعاً لها في دول كثيرة، مكنتها من إدارة المجموعات السياحية.

ومن خلال ما تم ذكره يتضح لنا أن عولمة السياحة تعني أن العمليات السياحية تأخذ صفة العالمية نتيجة سرعة انتقال البشر إلى أي مكان في العالم من خلال اختصار الوقت واختزال الجغرافيا، كما يعتمدون على تسوقهم السياحي في اختيار المقاصد السياحية والفنادق والخدمات على شبكة الانترنت، والتي ستغير نظرة المهتمين بالسياحة إلى أبعد من حدود الأرض فسيتطلعون إلى السياحة الفضائية مستقبلاً

2- أهم عوامل العولمة الأكثر تأثيراً في السياحة:

تعد السياحة من أبرز وسائل العولمة وأدواتها، ومن أهم مزايا العولمة على السياحة نجد:

- انفتاح الأسواق المحلية على بعضها لتصبح سوقاً عالمية واحدة؛
- تسريع تطبيقات التقنية الحديثة في صناعة السياحة؛
- سرعة الوصول إلى المعلومات التي يحوزها الآخرون وتوظيفها لإغراض سياحية.

كما أن انتشار التجارة وكثافة التبادل التجاري، ليس مفرزاً من مفرزات العولمة فحسب، وإنما هو سمة من أهم سمات العصر الذي نعيش فيه، لأن النظام التجاري هو أقوى النظم الاقتصادية العالمية، فالاتفاقية الأصلية الخاصة بالسلع GAAT قد أضيفت لها اتفاقية أخرى في جولة الأورغواي المنعقدة بمراكش المغربية والتي أفرزت ميلاد منظمة التجارة العالمية هذه الاتفاقية تتعلق بتحرير تجارة الخدمات، والتي كانت موضوع خلاف بين أمريكا ودول الجنوب باعتبار هذه الأخيرة لا تمتلك مقومات المنافسة في السوق الدولية للخدمات غير أنها وافقت تحت ضغط الدول المتقدمة التي ربطت مواقفها على إدراج المنتجات الزراعية ومنتجات النسيج مقابل التزامات دول الجنوب في مجال الخدمات¹، فقطاع الخدمات من القطاعات السريعة النمو والبالغة الأهمية، ويكفي أن نعلم أن هذا القطاع يؤمن في بلد مثل الولايات المتحدة الأمريكية 83% من فرص العمل، على حين تؤمن الصناعة 24%، والزراعة 3%، ويشمل قطاع الخدمات أنشطة كثيرة متنوعة، صنفتها مجموعة مفاوضات التجارة في الخدمات إلى اثني عشر

¹ - هيفاء عبد الرحمان ياسين التكريتي، مرجع سابق، ص 409.

قطاعا رئيسيا و155 قطاعا فرعيا، القطاعات الرئيسية تشمل المصارف، والتأمين والتشييد والمقاولات والبناء والخدمات الاستشارية المهنية والصيانة والسياحة والاتصالات والنقل.

حيث أصبحت كل هذه القطاعات محررة وخاضعة للاستثمار الأجنبي والتجارة والخصوصية كما أثارت دول الجنوب في هذا المجال قضية انتقال العمالة المهاجرة التي رفضتها الدول المتقدمة بشدة لكن عادت ووافقت عليها تأكيذا على قضايا الحق في التشغيل والإقامة مع تنفيذ الالتزامات التي ترتبط بها دول الاستقبال¹.

فعولمة السياحة مكنت من تحرير قطاع السياحة والسفر وحرية النفاذ إلى سوق السياحة العالمية من خلال تشغيل الفنادق ووكالات السفر والرحلات كما تتضمن المساواة في المعاملة للموردين بإنشاء الخدمات السياحية في غير بلدانهم والسماح لهم بالحصول على كل المستلزمات والتسهيلات والحوافز التي يتمتع بها موردو الخدمات المحليون، وحرية انتقال اليد العاملة لإدارة هذه الخدمات من بلد لآخر دون قيود، لذلك أصبحت تجارة الخدمات بما فيها السياحة تقوم على إلغاء كل الحواجز التي من شأنها أن تعيق نمو هذا القطاع، وتطورت السياحة إلى سياحة المؤتمرات والتدريب وسياحة رجال الأعمال خاصة إلى البلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب السياحي لتشجيع زيادة مشاركة الدول النامية في تجارة الخدمات العالمية في ثلاث مجالات رئيسية:²

- تعزيز قدرات الخدمات المحلية للبلدان النامية من خلال الحصول على التكنولوجيا على أساس تجاري، ويتحقق هذا بتوظيف وتدريب الموظفين المحليين في الفنادق المملوكة للأجانب؛
- تحسين وصول البلدان النامية في القطاع السياحي إلى المعلومات المحوسبة وشبكات التحفظ التي تديرها وتملكها كيانات في البلدان الصناعية؛
- تحرير الوصول إلى الأسواق في القطاعات وطرق التوريد ذات الأهمية التصديرية لها.

رابعا - مميزات صناعة السياحة مقارنة بالصناعات الأخرى:

- تختلف صناعة السياحة عن الصناعات الأخرى في عدة جوانب نذكر منها:³
- تعد السياحة نشاط إنساني: فالخدمة السياحية تنطوي على جوانب إنسانية مزاجية واقتصادية متشابكة ومعقدة نتيجة ارتباطها بآراء وتجارب وقيم شخصية؛
- إرتباط صناعة السياحة بالإعلان بشكل أقوى: حيث يلعب الترويج للمنتج السياحي دورا كبيرا في تعزيز الإدراك بوجود هذا المنتج، فالإعلان السياحي عملية اتصالية مستمرة لا تنتهي بتوصيل

¹-Uruguay round, "Find ACT", Marrakech(Morocco), 15April 1994, p384.

²صورية مساني، مرجع سابق، ص177.

³- أحمد أديب أحمد، "تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية"، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاحصاء والبرمجة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2006، ص22.

الرسالة ولكن تستمر حتى يحدث فهم تام للمقصود وتحقيق استجابة تتمثل في استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح¹؛

- الحساسية المفرطة للسياحة بالعوامل الخارجية: السياحة صناعة حساسة جدا للعديد من العوامل المؤثرة فيها أبرزها الوضع الاقتصادي والاجتماعي والاستقرار السياسي وحتى الوضع الصحي؛
- تخلق صناعة السياحة تشكيلة متنوعة من التأثيرات: لقطاع السياحة تأثير كبير على كافة قطاعات الاقتصاد الوطني الأخرى، حيث تتم الاستفادة منه مباشرة وينعكس هذا التأثير على الهيكل الاقتصادي والتكوين الاجتماعي والثقافي والبيئي، فهي تتجاوز في أبعادها ومضامينها تلك التأثيرات التي تخلقها الصناعات الأخرى؛
- تتطلب صناعة السياحة رؤية بحثية ثاقبة: يكمن ذلك من خلال مستوى المنتج السياحي وأسعار البرامج الشاملة وارتفاع مستوى الاستراتيجيات التسويقية السياحية وزيادة حجم الميزانيات المخصصة للتسويق.

خامسا- أسباب نمو صناعة السياحة في العالم:

ينظر اليوم إلى السياحة كصناعة نظيفة من طراز متفرد سلبياتها على البيئة أقل من الصناعات الأخرى، فهي تمثل سلعة تصديرية، فضلا عن كونها صناعة خدمية كثيفة العمالة كما تعتمد على كوادرات وتخصصات مختلفة، تعمل على زيادة ونمو العديد من الصناعات والخدمات الأخرى. من هذا المنطلق يمكن النظر إلى السياحة بوصفها صناعة تشتمل على مجمل التنظيمات العامة والخاصة، التي تشترك في تطوير، وإنتاج، وتسويق الخدمات، استجابة لاحتياجات ورفاهية السياح. فمصطلح السياحة يستعمل بصورة عامة لوصف السفر ويعكس في بعض الحالات زيادة التوسع في السفر الترفيهي، وتشير بعض التقديرات أنه ما من صناعة في العالم لاقت من الرواج، والانتشار، مثلما لاقت صناعة السياحة في السنوات الأخيرة.

ويمكننا إيعاز أسباب نمو السياحة العالمية إلى خمسة عوامل أساسية هي:

1- ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال: لقد عرفت السياحة تطورا ونمو كبيرا لم يشهده العالم خاصة في العقدين الأخيرين، ولعل السبب الأكبر يعود إلي الثورة الهائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الذي أصبحت توليه الدول أهمية كبيرة في تطوير قطاعها السياحي خاصة لما أضحت السياحة صناعة قائمة بذاته لها مدخلاتها ومخرجاتها وكذا دورها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والبيئي باعتبارها العامل المهم في تحقيق التنمية المستدامة.

هذا من جهة ومن جهة أخرى ظهور ما يسمى بالإعلام الحديث (New media) أو الإعلام الرقمي (Digital media) الذي ارتبط بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت خاصة الإمكانيات التفاعلية

¹ - محمد علي أبو العلا، "فن الاتصال بال جماهير بين النظرية والتطبيق"، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، دسوق، مصر، 2014، ص38.

التي أتاحتها الويبWeb في إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله¹، فالأمر بات واضحا ولم يعد بالإمكان إنكار دور أدوات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر واليوتيوب عبر شبكات الهواتف الذكية التي تتيح لمستخدميها بث الصور والفيديوهات لحظيا عن الطيران أو الفنادق أو المقاصد السياحية أو البرامج السياحية ومختلف التسهيلات، كما يقدم إجابات متنوعة للسائح، وبهذا يكون التأثير في الجمهور حتميا، الأمر الذي يؤدي الى زيادة الطلب السياحي، أما من جهة العرض فالتوسع في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدى إلى ظهور احتياجات جديدة دفعت بالقائمين على القطاع السياحي إلى تطوير منتجات جديدة ومتنوعة أدت إلى تحسين الخدمة المقدمة وبالتالي تنوع العرض، ومن ثم توسيع قاعدة الزبائن والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية وتلميع علامتها التجارية²، وقد بلغت مبيعات السفر في العالم عبر الانترنت 182 مليار دولار عام 2016 بنسبة 46.2 % من حجم السوق السياحية العالمية.

2- زيادة دخل الأفراد وارتفاع المستوى المعيشي: أصبح التخطيط للسفر خاصة في الدول المتقدمة التي يرتفع فيها متوسط الدخل من ضروريات الحياة، فالعوامل البشرية المؤثرة في نمو السياحة كظاهرة وكصناعة تتعدد لتشمل وقت الفراغ، مستوى الدخل، تركيب السكان العمري والاقتصادي، فقد زاد الإنفاق السياحي بشكل كبير وهذا راجع إلى عدة أسباب أهمها انتشار الثقافة السياحية لدى الأفراد نتيجة تحسين مستوى المعيشة بسبب زيادة دخولهم، مما ساهم في توجيه جزء منها للسفر والراحة والترفيه بعيدا عن ضغوط العمل وأعبائه، ومن جهة أخرى انخفاض ساعات العمل، فبعد أن كانت عشر ساعات يوميا لمدة ستة أيام في أوائل القرن العشرين انخفضت اليوم إلى 35 ساعة أسبوعيا مع إمكانية العمل 4 أيام فقط في الأسبوع مع عطلة سنوية مدفوعة الأجر لا تقل عن 4 أسابيع، مما أدى الى زيادة مدة السفر من أجل السياحة.

3- استقرار الأوضاع الأمنية: بعد الحرب العالمية الثانية ساد الاستقرار والأمن في العالم، مما ساهم في زيادة الطلب السياحي ونمو القطاع السياحي بشكل كبير، وهذا لا يعني أن السياحة العالمية لم تتعرض إلى درجات متفاوتة من الانكماش بسبب العمليات الإرهابية والوضع الأمني المتدهور في بعض الدول مما أثر على العوائد، فالسياحة صناعة حساسة للأزمات الدولية والإقليمية من حروب وأعمال عنف وإرهاب مثلما هي حساسة بالجريمة والفساد والأمراض الفتاكة وغيرها.

فتقلص الطلب السياحي في مناطق التوتر ليس مجرد انعكاس للحالة النفسية للسياح بل يعود أيضا لمطالب حكوماتهم بعدم السفر إلى تلك المناطق، لكن الكثير من دول العالم تشهد اليوم أنظمة سياسية متقدمة وأوضاع أمنية مستقرة زادت من ديناميكية النشاط السياحي.

¹ - محمد سيد ريان، "الإعلام الجديد"، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، مصر، 2012، ص10.

² - ابراهيم بختي، محمود فوزي شعوبي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد7، 2010، ص280.

4- **تطور وسائل النقل والمواصلات:** يعتبر النقل من أهم دعائم الهيكل الاقتصادي، والركيزة الأساسية لتطوير النشاط الاقتصادي لا سيما السياحة، ولهذا كان تطور وسائل النقل جنباً إلى جنب مع تطور سفر الإنسان، فقطاع النقل سواء الجوي أو البحري تطور بشكل كبير وانخفضت تكاليفه مما سهل حركة السياحة عبر القارات، إلى جانب النقل البري (حافلات، سيارات، قطارات) الذي ساعد هو الآخر في زيادة حجم السياحة الداخلية والإقليمية بين الدول المتجاورة كما هو الحال بين دول أوروبا.

لذا لا يمكن أن ننكر أن قطاع النقل أحدث الفرق في مجال صناعة السياحة وبالتالي ساهم بشكل هام في تطوير ونمو السياحة في العالم بشكل متجدد لا ينتهي.

5- **ظهور المنظمات السياحية المهمة بقطاع السياحة:** لقد تم تأطير السياحة من طرف منظمات وهيئات دولية لتنمية الأنشطة السياحية بوجه خاص، وسن التشريعات السياحية الدولية التي تكمل القوانين المحلية لكل دولة، مع تهذيب المنافسة بين الدول المتنافسة سياحياً.

وتتقسم المنظمات السياحية الدولية إلى قسمين أحدهما هو المنظمات الدولية الحكومية وتقتصر عضويتها على الدول والتي لها حق عقد الاتفاقيات والمعاهدات، أما القسم الثاني يضم المنظمات غير الحكومية التي تؤسسها الهيئات والجمعيات والاتحادات والأشخاص¹.

ومن أهم المنظمات الدولية العاملة في مجال السياحة²:

5-1- **منظمة السياحة العالمية (WTO) World Tourism Organization:** هي منظمة تابعة للأمم المتحدة تأسست سنة 1975 بمدريد، في 1976 أصبحت المنظمة وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية. وفي 1977 وقعت اتفاقية تعاون رسمية مع الأمم المتحدة نفسها، وفي 2003 حولت المنظمة إلى وكالة متخصصة للأمم المتحدة (UNWTO) United Nations World Tourism Organization.

تعمل منظمة السياحة العالمية على تحسين أحوال السياحة الدولية وإزالة كل القيود التي تعترض مساراتها وتأكيد روح السلام والمحبة بين الدول.

أما المنظمات غير الحكومية التي ساهمت في تطور السياحة عبر العالم نذكر منها³:

- منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والسفر (MAMTTA) ؛
- الاتحاد الدولي للنقل الجوي الآيتا IATA؛
- الجمعية الأمريكية لوكالات السياحة والسفر ASTA؛
- المنظمة الدولية للطيران المدني (ICAO) International Civil Aviation Organization؛
- الجمعية الدولية للفنادق (IHA) Intrnational Hotel Associtio؛
- جمعية السيارات الأمريكية (AA) American Automobile Association؛

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 18.

² - فوزي سعيد الجدية، الجغرافيا السياحية، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2018-2019، ص 4-5، على الرابط:

<https://almerja.com/reading.php?i=1&ida=1860&id=1845&idm=33527> consulter le 30/12/2019

³ - مصطفى يوسف كامل، وكالات ومنظمات السياحة والسفر، دار رسلان للنشر والتوزيع، الأردن، ص 185-186.

- الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب والسياحيين (FIJET) Word Federation of Tourism
- Journalists and Writers
- الاتحاد العالمي للسياحة والسفر (WTTC) World Travel Tourism Council

المطلب الثالث: التسويق السياحي، مفهومه، أهدافه ومتطلباته

يعتبر التسويق هو الموجه الرئيسي لحركة السياحة الحديثة، وبالرغم من اختلاف وجهات النظر حول مفهوم التسويق وعلاقته بصناعة السياحة إلا أن كلها تركز حول فهم السائح وتلبية حاجاته. **أولاً- مفهوم التسويق السياحي:**

- لقد مر التسويق السياحي بعدة تعاريف حاول من خلالها الاقتصاديون المهتمون بالنشاط التسويقي تحديد مفهومه، وفي هذا الشأن سنتطرق لمجموعة من التعاريف أهمها:
- التسويق السياحي هو «مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تسهيل وتسريع عمليات التبادل الطوعي للقيم مع أسواق مستهدفة لغرض تحقيق أهداف المنظمة¹».
 - موريسن Morrison قدم تعريفاً آخر هو «فلسفة إدارية تجسد الطلب السياحي من خلال البحث، التنبؤ، واختيار السوق المناسب مع أهداف المؤسسة وبالتالي تحقيق أكبر عائد²».
 - التسويق السياحي هو «النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمرتبقة والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها³».
 - ولقد عرف (Kotler & Armstrong 1999) التسويق السياحي بأنه «العملية التي يمكن من خلالها التوازن بين احتياجات السائح وأهداف المؤسسة أو المنطقة السياحية⁴».

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن التسويق السياحي الحديث هو الآخر يركز على مفهوم قيمة السائح كهدف استراتيجي للتسويق في بيئة تتسم بالمنافسة، حيث أصبح التركيز على السائح هو محور اهتمام أي نشاط تسويقي سياحي لأن قيمة السائح وإدارة العلاقة معه هي الوسيلة الأساسية لنيل رضاه وكسب ولاءه وهي الضمان الوحيد لانتعاش السياحة وتطورها كمصدر مهم للإيرادات سواء للمنظمات والشركات السياحية أو للدولة بشكل عام، مع ضرورة التنسيق بين نشاط التسويق السياحي والأنشطة الأخرى المرتبطة بالسياحة باعتبار السياحة صناعة متعددة الجوانب، والشكل رقم (04) يوضح مفهوم التسويق السياحي الحديث.

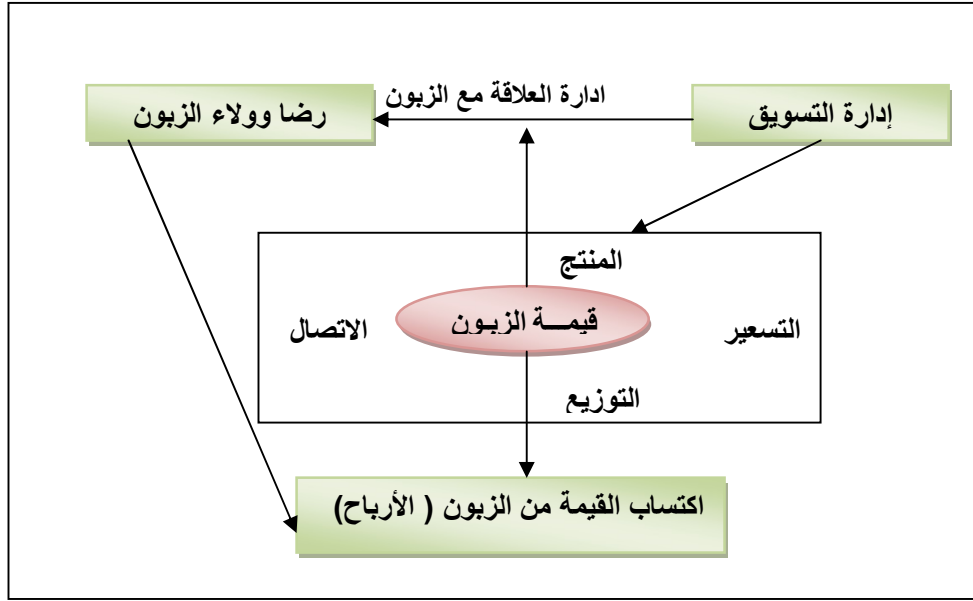
¹- Christopher W.L.Hart, James L.Heskett and W.Earl Sasser "The Profitable art of Service Recovery", Harvard Business Review,USA, (1990), P148.

² Morrison. Alastair, *the tourism system*, prentice, Hall edition,Nez York(USA), 1985, p35.

³- فؤادة عبد المنعم البكري، "التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات"، عالم الكتاب، مصر، 2007، ص15.

⁴- لمياء سيد حنفي، فتحى شرفاوي، "التسويق السياحي"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص32.

الشكل رقم 04: مفهوم التسويق السياحي الحديث



المصدر: أنيس أحمد عبد الله، "إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون"، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص10.

من خلال الشكل رقم (04) نستنتج أن التسويق السياحي بالمفهوم الحديث يبدأ من السائح وينتهي عند السائح، من خلال تزويده بالمعلومات حول المنتج السياحي سواء كان مقومات طبيعية أو مادية أو تسهيلات أو برامج التي تجذب انتباهه لوجهة دون أخرى، فهو نشاط يعتمد على وظائف الإدارة من تخطيط، تنظيم، توجيه، ورقابة.

وبهذا يمكن القول أن التسويق السياحي يعبر عن أنشطة متكاملة تهدف إلى تحقيق رضا السائح من جهة وتمكين الشركات السياحية من تحقيق ربح وعوائد، والجهات الرسمية في تقديم البلاد كوجهة سياحية، لتحقيق زيادة في الدخل وتشجيع الاستثمار السياحي ومن ثم تحقيق تنمية سياحية واقتصادية وبالتالي نمو القطاعات الاقتصادية الأخرى المرتبطة بقطاع السياحة.

ثانياً- خصائص التسويق السياحي:

يتميز التسويق السياحي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن أي نوع آخر من تسويق السلع نذكر منها:

- التوجيه بالسائح هو نقطة البداية والنهاية لكل الأنشطة السياحية، وهو ما يستدعي دراسة رغبة السائح قبل اتخاذ القرار؛
- يزيد من شهرة المكان السياحي الذي تم التسويق له، ومن ثم يزيد في ابراز الصورة الجمالية للبلد والتركيز على معالمها ومناطقها السياحية؛

- يعتمد التسويق السياحي بدرجة كبيرة على الترويج من خلال الدعاية والإعلام والعلاقات العامة من طرف كل الأجهزة الرسمية للدولة أو الشركات أو المجتمع المدني¹؛
- الخدمة السياحية سريعة التلاشي، فهي تزول خلال فترة زمنية معينة وتستهلك عند وقت الشراء وبسبب أن الخدمة غير ملموسة فمن الأكثر صعوبة أن يختبر النزلاء جودة الخدمة قبل شرائها²؛
- يعتمد التسويق السياحي على مبدئي التنسيق والتكامل اللذان يتطلبان توحيد الجهود المبذولة سواء على مستوى منشآت الأعمال السياحية أو على مستوى الدولة للحفاظ على علاقة جيدة بينهم وبين السائحين تخلق نوع من الولاء؛
- التسويق السياحي نشاط مشترك بين هيئات ومؤسسات سياحية مختلفة مثل شركات النقل السياحية، الفنادق، المطاعم، البنوك، وكالات السفر والسياحة، وهو نابع أساساً من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي للنشاط السياحي بتوفير كل الإمكانيات المادية والبشرية ناهيك عن المقومات الطبيعية والحضارية والتاريخية التي تعتبر المادة الخام في صناعة السياحة؛
- التسويق السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على مقدمي الخدمة لأن الخدمة تنتج في نفس وقت استهلاكها؛
- يعتمد التسويق السياحي على مجموعة من الأنشطة التسويقية المترابطة التي تكمل بعضها البعض بغرض أداء الوظيفة التسويقية على النحو المخطط لها، وهذا ما يعرف بالمزيج التسويقي الذي يتكون من أربع عناصر 4P المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج لكل من السلع والخدمات، لكن لخصوصية الخدمة السياحية، فهذه العناصر الأربعة غير كافية للمنتج السياحي فهو يحتاج إلى عناصر أخرى هي: الأعوان (People)، الإطار المادي (Physical évidence)، عملية تقديم الخدمة (Process mangement). وبذلك يصبح المزيج التسويقي للخدمات السياحية يتكون من سبعة عناصر 7P؛
- يعتبر التسويق السياحي أكثر تعقيداً من مثيله السلعي حيث يصعب وضع معايير للحكم على جودة المنتج السياحي فالجودة تتوقف على مستوى الأداء، كذلك يصعب تسعيره³، لأنه ليست له خصائص ملموسة تحدد سعره؛
- لا يمكن حيازة الخدمة السياحية واستهلاكها مادياً، ففي التسويق السياحي لا ينقل المنتج إلى السوق بل العكس هو الصحيح حيث ينتقل السائح إلى المنطقة السياحية لتجربة المنتج⁴.

¹- أنيس أحمد عبد الله، مرجع سابق، ص8.

²- كلسي هسو، توم بورز، "تسويق الضيافة"، تعريب سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر، السعودية، 2007، ص58.

³-International Labour Organization, "Cataloguing in PublicationData Toolkit on poverty reduction through tourism", Second edition 2013, p30.

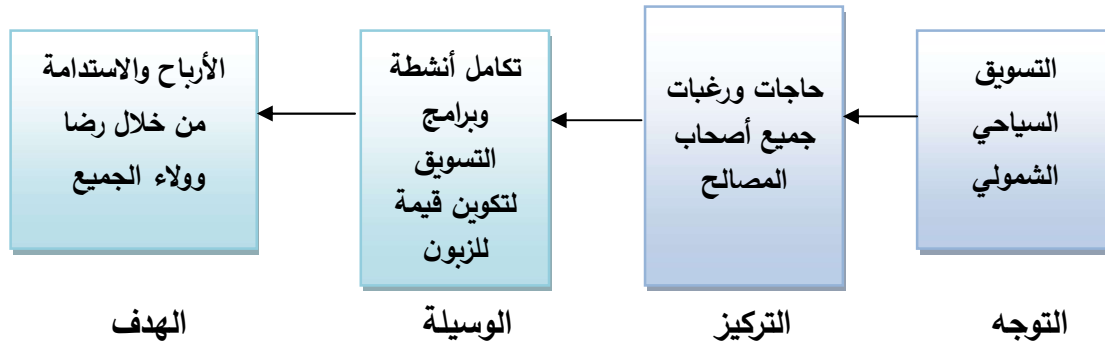
⁴- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص218.

ثالثاً- أهداف التسويق السياحي:

يمكن إنجاز أهداف التسويق السياحي فيما يلي:

1. إحداث تغييرات في سلوك السائح لصالح المنتج السياحي المسوق له¹؛
2. يحقق منافع مادية ومعنوية لطرفي عملية التبادل، تحقيق أقصى رضا للسائح، وأقصى عوائد للمنشآت السياحية مما يدفع بحركة التنمية على مستوى الدولة؛
3. إبراز صورة جمالية واضحة للوجهة السياحية من خلال مزيج ترويجي فعال، باستخدام وسائل اتصال فعالة تعزز الجوانب الايجابية للمنطقة السياحية، الأمر الذي يزيد من تدفق السائحين ومن ثم زيادة الحركة السياحية إلى البلد²؛
4. يساعد في زيادة تنافسية المنظمات السياحية والتفوق على المنافسين في الأسواق السياحية؛
5. رفع مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها وتقديمها للسائح بأسعار تنافسية؛
6. يركز الهدف الأساسي للتسويق السياحي الحديث على تلبية رغبة وحاجة السائح القصيرة الأجل من جهة وتحقيق سلامة البيئة في المنطقة السياحية (الاهتمام بقضايا البيئة) من جهة أخرى، فأصبح التسويق السياحي يركز على فلسفة التسويق الشمولي التي تتضمن أربعة عناصر: التسويق الداخلي، التسويق المتكامل، التسويق بالعلاقات، التسويق الاجتماعي، ويمكن أن نوضح ذلك في الشكل رقم (05):

الشكل رقم(05): هدف التسويق السياحي الحديث



المصدر: أنيس أحمد عبد الله، "إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون"، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص31.

يؤكد الشكل رقم (05) أن التسويق السياحي الحديث يبدأ بالاهتمام بالزبائن الداخليين العاملين في المنظمة من حيث اشباع حاجاتهم وكسب ولائهم، ثم إعداد مزيج تسويقي متكامل لتكوين القيمة وتسليمها للسائح، أما بناء علاقات مربحة ومرضية مع أصحاب المصالح وبخاصة السائحين والأفراد

¹ - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سابق، ص17.

² - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "التسويق السياحي"، ألفادوك للنشر، الجزائر، 2017، ص85.

العاملين بالمنظمة فيتطلب تطبيق فلسفة التسويق بالعلاقات، في حين تحقيق رفاهية المجتمع والمحافظة على البيئة فيتطلب تطبيق فلسفة التسويق الاجتماعي وهذا ما يمثل بكل مراحل التسويق السياحي الشامل.

رابعاً - متطلبات وأسس التسويق السياحي:

سياسات واستراتيجيات التسويق السياحي لا تكون فعالة ما لم تنطلق من دراسة السوق (للتعرف على حجمه وقدرته على تنمية الطلب السياحي فيه)، ودراسة سلوك المستهلك السياحي (لتسجيل انطباعه ومتابعة رضاه لتطوير المنتجات السياحية).

1- دراسة السوق السياحية:

يعرف السوق أنه «أنه المجال الذي تتفاعل فيه قوى العرض والطلب وقد يتسع هذا المجال ليشمل العالم كله في بعض الأحيان»¹.

ومنه فالسوق السياحية هي مكان يلتقي فيه العرض السياحي (حيث يشكل البائعون الصناعة)، مع الطلب السياحي (حيث يشكل المشترون السوق)، ويكون هذا المكان في دولة السائح أي الدولة المصدرة للسياح التي تمثل الطلب السياحي والدولة المستقبلة لهم المتمثلة في العرض السياحي بغرض تبادل الخدمات وما يرتبط بذلك من مؤثرات في قرار الشراء والبيع، كما أن السوق السياحي لا يشمل عملية البيع والشراء فقط للخدمات السياحية وإنما أيضاً للسلع التي تباع للسائح².

فالتعريف السابق يوضح أن السوق السياحية هي نوعين رئيسيين³:

- **السوق الداخلي:** تمثله الدول المستقبلة للسياح سواء كانوا دوليين أو داخليين.

- **السوق الخارجي:** تمثله الدول المصدرة للسياح.

ويمكن تقسيم الأسواق السياحية إلى عدة أنواع رئيسية أهمها⁴:

➤ **الأسواق الرئيسية:** تمثل هذه الأسواق أهمية كبيرة لدى الدول المستوردة للسائحين حيث تمثل هذه الأسواق المصدر الرئيسي للطلب السياحي الذي تعتمد عليها في توجيه اقتصادها، وترتكز هذه الأسواق عموماً في منطقة أوروبا وأمريكا الشمالية وبعض دول جنوب شرق آسيا مثل ماليزيا، أندونيسيا، كوريا الجنوبية هذه الدول التي عرفت تدفقاً كبيراً للسائحين الدوليين في السنوات الأخيرة، أما في دول شمال إفريقيا نجد المغرب حيث تصدرت المرتبة الأولى مغاربا و65 عالميا وتونس بالمرتبة 87 عالميا في مؤشر التنافسية لقطاع السياحة والسفر لسنة 2017.

¹ طارق عبد الفتاح الشريعي، "التسويق السياحي، التسويق الفندقي

"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 65.

² مصطفى يوسف كافي، "فلسفة اقتصاد السياحة والسفر"، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 169.

³ صبري عبد السميع، "التسويق السياحي الفندقي - أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص 61.

⁴ صبري عبد السميع، المرجع نفسه، ص 62-65.

➤ **الأسواق الثانوية:** الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق تتجه إلى الإنخفاض عن حركة الأسواق الرئيسية فليس لها نفس الأهمية التي تخطى بها تلك الأسواق، سميت بهذا الاسم للتعبير عن أهميتها في الدول المستقبلة للسياح.

➤ **الأسواق النشطة:** تتميز هذه الأسواق بفاعليتها الكبيرة، وكثرة حجم التعاقدات التي تتم بها لبيع البرامج للسياح، أو الوكالات السياحية خلال فترة معينة، حيث تقاس درجة نشاط السوق السياحية بعدة عوامل:

- حجم التعاقدات التي تتم في السوق السياحية؛

- درجة استجابة الطلب السياحي للنشاط التسويقي؛

- معدل الزيادة القادمة من هذه الأسواق في فترة معينة؛

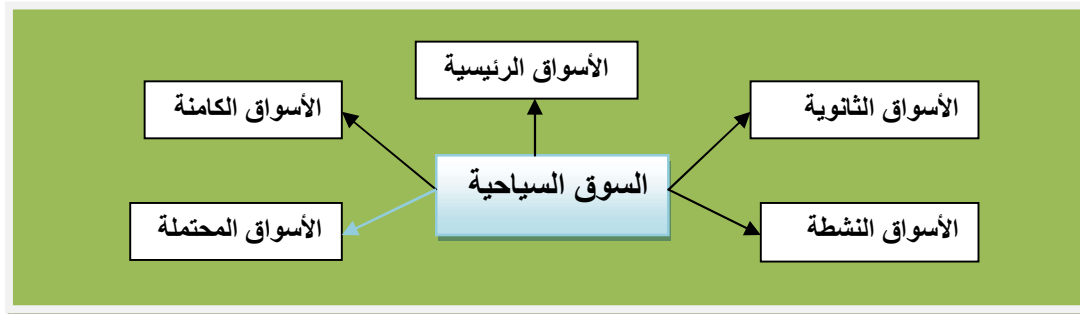
- عدد المنشآت السياحية الموجودة في هذه الأسواق وحجم نشاطها.

➤ **الأسواق الكامنة:** تمثل مصدرا رئيسيا للطلب السياحي نتيجة لوجود بعض الظروف الاقتصادية، الاجتماعية أو السياحية، المؤثرة سلبا في هذه الأسواق، إذ تتحول إلى أسواق فعالة وشطة بمجرد زوال هذه الظروف.

➤ **الأسواق المحتملة:** هي الأسواق التي يمكن أن يصل الطلب فيها إلى مستوى عالي نتيجة الجهود التسويقية والتنشيطية المبذولة.

الشكل الموالي يلخص كل أنواع السوق السياحية:

الشكل رقم (06): أنواع الأسواق السياحية



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي الفندقي-أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص 62-65.

وتقوم دراسة السوق السياحي على دراسة العرض والطلب السياحيين:

1-1- العرض السياحي: يعرف العرض السياحي بأنه:

• مجموعة المقومات المتمثلة في الجوانب والمغريات القادرة على جذب السياح إلى منطقة ما وابقائهم فيها لمدة معينة¹؛

¹ مصطفى يوسف كافي، "فلسفة اقتصاد السياحة والسفر"، مرجع سابق، ص 211.

- كل ما تستطيع المنطقة أن تقدمه لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين متمثلاً بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجوانب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن أن تترك من الأثر في نفوس قاصديها لزيارته والمكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها¹؛
- يعبر العرض السياحي عن إجمالي الرغبات والخدمات التي تقدمها الدولة المستقبلية للسياح بغرض جذب أكبر عدد منهم².

وعلى هذا فالعرض السياحي يشمل كل الفعاليات والخدمات والصناعات التي تعرض وتقدم داخل المناطق السياحية بغرض تحقيق أقصى إشباع للسائح لإنجاح تجربة السفر.

1-1-1- مكونات العرض السياحي: هي ذات طبيعة مركبة متنوعة تتمثل في:

- المقومات السياحية الطبيعية: هي تلك المقومات التي أوجدها الله سبحانه وتعالى في الدول السياحية كالمناخ، المناظر الطبيعية، الحيوانات، الجبال، الشواطئ، الغابات، الصحراء.. الخ.
- المقومات السياحية الصناعية: وتتمثل في كل المنتجات التي جسدها الانجازات الإنسانية على مر التاريخ والعصور البشرية المتلاحقة التي تنشط حركة السياحة، بالإضافة إلى الحرف والصناعات التقليدية التي تمثل المشتريات السياحية، ومختلف التجهيزات المكملة كالتسهيلات المالية والإدارية التي تعتبر من أهم العوامل المشجعة لتسهيل ترتيبات وفود السياح³.

1-1-2- خصائص العرض السياحي: العرض السياحي يتميز بمجموعة من الخصائص أهمها:

- عبارة عن خدمات تقدم بصورة مباشرة إلى السائح فهي متلازمة كما أنها تستهلك وقت شرائها؛
- يتأثر العرض السياحي بمقدمي الخدمة، فمستوى جودة العروض السياحي يتأثر سلباً وإيجاباً بمن يقدمه فلا تضمن تأدية عاملين اثنين من عمال الخدمة نفس المهام بنفس مستوى الخدمة المقدمة؛
- يتأثر العرض السياحي بمكان تقديم الخدمة فيمكن أن تكون الوجبة في مطعم بفندق لذيذة لكن الغرفة التي تقدم فيها غير جذابة، كذلك نقص تدفق الانترنت في الفندق من المرجح أن يفشل تجربة الكثير من النزلاء فيه؛
- منتجات العرض السياحي من الصعب تسعيرها، فإذا كانت الغرفة جميلة لكن بعد جدال طويل على سعر الحجز فسوف يدمر هذا فترة بقاء العميل بالفندق، كما يختلف سعر العرض السياحي حسب المواسم، بالإضافة إلى وجود أسعار "اللحظة الأخيرة" المنخفضة⁴.

¹ - اسماعيل محمد علي الدباغ، وآخرون، "العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وامكانية تنشيط السياحة الدينية فيها"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 72، العراق، 2008، ص 207.

² - الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج: "إدارة فندقية: 3 صناعة الفنادق"، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني للنشر، السعودية، بدون ذكر سنة النشر، ص 26.

³ - ابراهيم اسماعيل الحديد، "إدارة التسويق السياحي"، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 130.

⁴ - International Labour Organization, op.cit, p65

1-2-2- الطلب السياحي: يعرف الطلب السياحي بأنه:

- المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية المواطنين منهم والأجانب؛
- اتجاهات السياح لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة أو دولة سياحية، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة، تمثل الدوافع والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السائحون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة¹.
- وفقا للتعريف السابقة يمكن القول أن الطلب السياحي يمثل مجموع الأشخاص الذين يرغبون في اقتناء السلع والخدمات المعروضة في أماكن بعيدة عن أماكن إقامتهم، واستعدادهم لشرائها عند أسعار معينة طيلة فترة إقامتهم.

1-2-1- خصائص الطلب السياحي: يتميز الطلب السياحي بالموصفات التالية:

- الطلب السياحي يعتمد على القدرة المادية، حيث يعتبر الدخل من العوامل الأكثر أهمية في تفسير اتجاهات الطلب وذلك لما له دور في تحديد السلوكيات الاستهلاكية كونها لا تتحقق بمجرد توفر الدوافع والرغبات أو الوقت اللازم لكن يقترن بالقدرة الشرائية²؛
- الطلب السياحي طلب متقلب Fluctuant ، فهو يعرف تقلبات كبيرة، أحيانا يعرف انخفاضا حادا لأسباب قد تكون بروز وجهات سياحية جديدة في السوق أو نتيجة الأزمات والمشاكل الأمنية التي يمكن أن تصيب جهة المقصد، أو نتيجة تغير طارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية في الدولة المستقبلية وهذا ما يعرف بمرونة الطلب السياحي؛
- تشير أغلب الدراسات بأن الطلب السياحي تربطه علاقة طردية مع عدد السكان، فمن المؤكد أن كلما ازداد عدد السكان في البلد سيكون الطلب على السياحة فيه أكبر نظرا لمشاركة افراده في تنشيط السياحة الداخلية³، فالتزايد العالمي في عدد السكان يؤدي إلى ظهور أجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج إلى اشباع رغباتها من الخدمات السياحية⁴؛
- يتصف الطلب السياحي بالموسمية Seasonal ويقصد بها اتجاه الطلب نحو الارتفاع في فترات معينة في السنة وهذا ما يسمى بالذروة السياحية؛
- يرتبط الطلب السياحي على ما يليه العرض السياحي الناجح من توفير العناصر التالية⁵:
 - مناطق الجذب السياحي، المرافق والخدمات المقدمة، سهولة الوصول إليها؛
 - التسعير المناسب للخدمات (فالطلب جد حساس للسعر Sensitive) .

¹ - صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص 104.

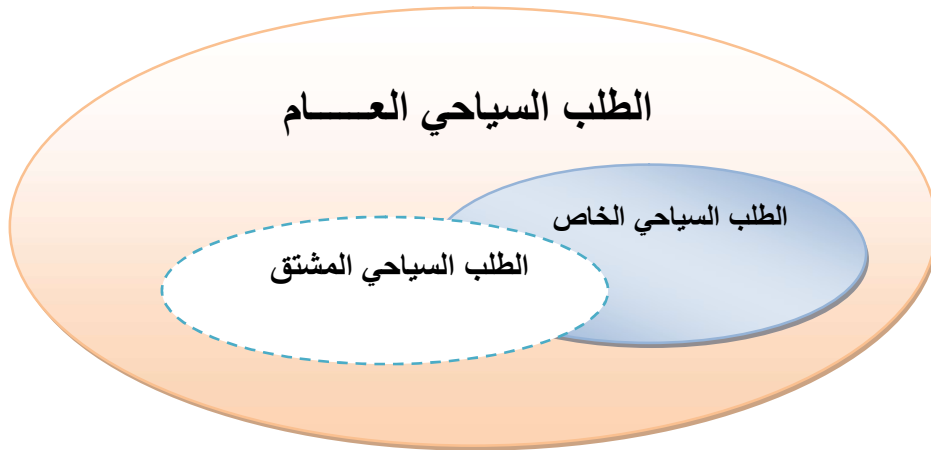
² - Haiyan Song, "The Advanced Econometrics Of Tourism Demand", Published by Routledge, First Publication, 2009, P 03.

³ - Haiyan Song, op.cit, p4.

⁴ - شرفاوي عائشة ، مرجع سابق، ص 19.

⁵ - International Labour Organization, op.cit, p54.

- يقاس حجم الطلب السياحي بأعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية، وأعداد ليالي المبيت مضروبة في أعداد السياح الوافدين للمنطقة، أما المنشآت السياحية الخاصة كالفنادق تستخدم مقاييس أكثر دقة تتمثل بأعداد الأسرة والغرف المبيعة أو المشغولة¹؛
 - تنامي الطلب السياحي يرتبط أيضا بإلغاء القيود على حركة السياحة في العالم مثل نظام التأشيرات والقيود الجمركية وتسهيل الإجراءات على المراكز الحدودية كما هو واضح في دول الإتحاد الأوروبي كوسيلة للانفتاح والتكامل الاقتصادي في أكبر تكتل اقتصادي عالمي².
- 1-2-2-أنواع الطلب السياحي:** للطلب السياحي أنواع مختلفة أهمها:³
- **الطلب السياحي العام:** عبارة عن طلب إجمالي على السياحة بغض النظر عن النوع أو الوقت أو المدة، فهو غير مرتبط ببرنامج سياحي خاص؛
 - **الطلب السياحي الخاص:** وهو طلب يرتبط ببرنامج سياحي خاص لإشباع رغباته واحتياجاته، كأن يطلب السائح زيارة إلى سفاري إفريقيا أو جبال التبت أو الصحراء العربية؛
 - **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا الطلب بالخدمات والبرامج السياحية المكملة مثل الطلب على الفنادق، الطلب على النقل السياحي، الطلب على الرحلات البحرية أو الجوية، حيث تسعى الدول إلى تحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ومن ثم توجيهه ليصبح طلبا سياحيا عاما و ذلك من خلال توفير برامج سياحية أكثر وبأسعار مناسبة.
- ويمكن أن نلخص أنواع الطلب السياحي في الشكل التالي:
- الشكل رقم (07) : أشكال الطلب السياحي**



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص155.

الشكل رقم (07) يوضح تعدد أنواع الطلب السياحي، كما أن هناك تصنيف آخر للطلب السياحي طبقا لمدى تحققه إذ يصنف إلى صنفين¹:

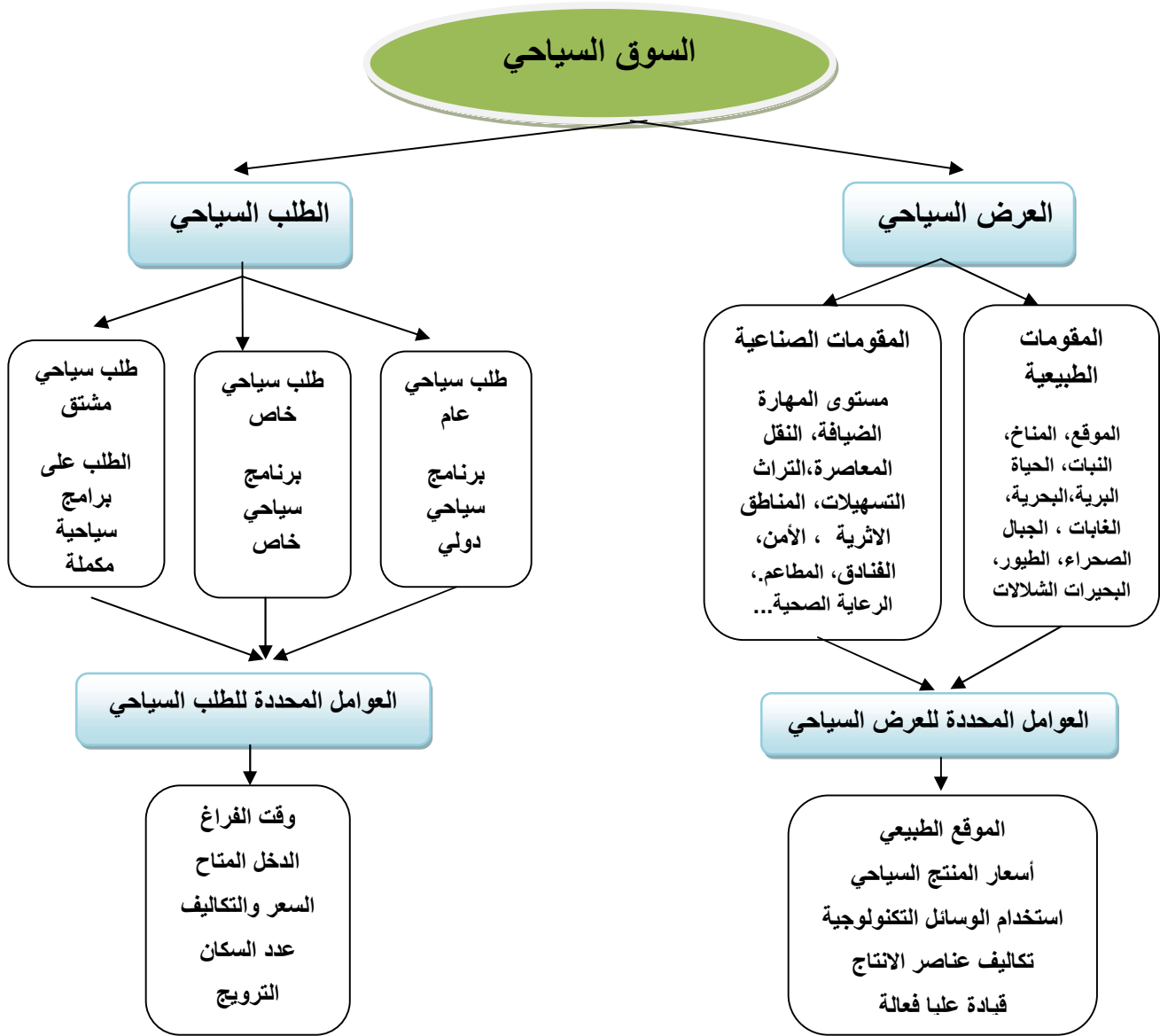
¹ - اسماعيل محمد علي الدباغ، وآخرون، مرجع سابق، ص 216.

² - شرفاوي عائشة، مرجع سابق، ص50.

³ - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص155.

- الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي): يشمل أولئك الأفراد الذين سافروا إلى أماكن القصد السياحي.
 - الطلب السياحي المحتمل (الكامن): يشمل الأفراد الذين لديهم الوقت والمال والدافع على السفر.
- مما سبق يمكن أن نلخص السوق السياحي في الشكل رقم (10):

الشكل رقم (08): مكونات السوق السياحي



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سابق، ص 155.
- ابراهيم اسماعيل الحديد، "إدارة التسويق السياحي"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2017، ص 1.
- مصطفى يوسف كافي، "فلسفة اقتصاد السياحة والسفر" مرجع سابق، ص 211-212.
- اسماعيل محمد علي الدباغ، وآخرون، مرجع سابق، ص 207.

¹ - اسماعيل محمد علي الدباغ، وآخرون، مرجع سابق، ص 215.

من خلال الشكل رقم (08) الذي يلخص كل ما سبق ذكره، نجد أن تقدير الطلب السياحي له أهمية كبيرة من حيث¹:

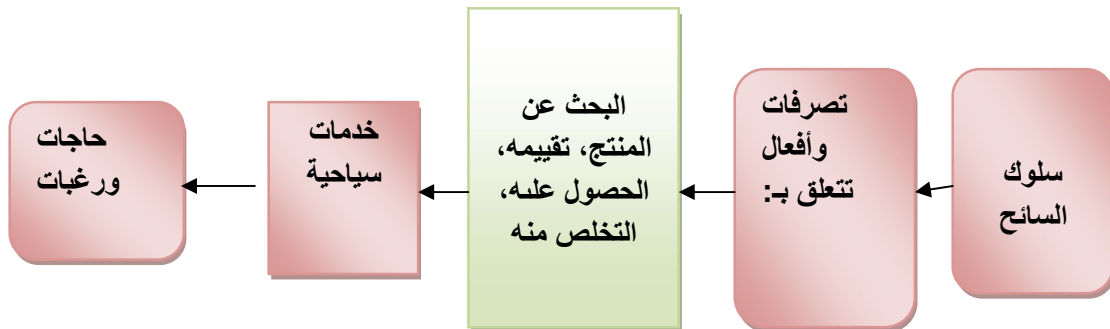
- إمكانية تقدير حجم النشاط السياحي المتوقع في الدولة؛
- وضع خطة سليمة وملائمة للطاقة الإيوائية تستطيع مواجهة الطلب السياحي المتوقع في المستقبل؛
- تنمية المرافق والخدمات السياحية في الدولة وتطويرها قدر الإمكان بما يتلاءم مع حجم الطلب السياحي المتوقع بأنواعه وشرائحه المختلف؛
- إمكانية تقدير الإيرادات المختلفة لحجم الطلب السياحي.

2- دراسة سلوك المشتري السياحي:

لقد زاد الإهتمام في الآونة الأخيرة بدراسة سلوك المستهلك السياحي نتيجة ارتباطه بالمفهوم التسويقي الذي يركز على تحديد حاجة ورغبة المستهلك المستهدف ومن ثم العمل على اشباعها بدرجة كفاءة وفاعلية أعلى من تلك التي يقدمها المنافسون، وعليه فإن البرامج التسويقية لن تكفل بالنجاح إلا بعد معرفة ودراسة سلوك المستهلكين وتحديد العوامل التي تؤثر على قراراتهم الشرائية.

وعلى هذا يعرف سلوك المستهلك بصفة عامة بأنه "مجموعة من التصرفات التي تصدر عن الأفراد، والمرتبطة بشراء واستعمال السلع والخدمات، بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات"²، وهناك تعريف آخر أدق من الأول يرى بأن سلوك المستهلك هو "السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشتري ويستعمل ويقيم ويتخلص من سلع أو خدمات (بعد استعمالها) التي يتوقع أن تشبع حاجاته"³، والشكل رقم (09) يوضح ذلك:

الشكل رقم (09): أنشطة سلوك المستهلك



المصدر: عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك عوامل التأثير النفسية"، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص16.

¹ - إبراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص144.

² - عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك - عوامل التأثير النفسية"، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص10-11.

³ - عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك - عوامل التأثير البيئية"، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص17.

يوضح الشكل رقم (09) أن جوهر دراسة سلوك المستهلك السياحي هو الإجابة عن الأسئلة المتعلقة بعملية الشراء، ماذا ومتى وكيف ومن أين يشتري السائح؟ ومدى تكرار الشراء؟ وينجم سلوك السائح عن التأثيرات الشخصية والعوامل المحيطة به التي يمكن جمعها في المعادلة

$$C = f(P, E) \text{ : المعادلة السلوك}^1$$

C يعبر عن سلوك المستهلك

P هي التأثيرات أو العوامل النفسية للفرد منها الدوافع، الإدراك، التعلم، الشخصية، الاتجاهات
E تتمثل في كل العوامل المحيطة بالسائح والتي تؤثر فيه تأثيراً مباشراً مثل الحالة المادية، الوضعية الاجتماعية، الثقافة، الجماعات المرجعية، العائلة... الخ.

فسلوك السائح يرتبط بالتصرفات التي يقوم بها من قرارات شرائية للخدمات السياحية التي ينفق عليها وقته وجهده وماله من أجل إشباع حاجاته ورغباته، ويمتد سلوكه ليشمل الشعور بعد عملية الاستهلاك لإعادة تجربة الشراء من عدمها.

وقد إهتم العديد من الباحثين في المجال السياحي بفكرة العالم نيوتن (قوة الجذب بين كتلتين) في تفسير العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرار باختيار موقع الجذب السياحي مستعينين بما يلي: يتناسب حجم الرحلات المنفذة إلى الموقع السياحي طردياً مع قوة جذب الموقع، وعكسياً مع دالة البعد المكاني بين مناطق الانطلاق ونقاط الوصول، من خلال المعادلة التالية²:

$$A_{ik} = T_{jk} (T_{jk} + T_{kj})$$

حيث:

A_{ik} : قوة الجذب للموقع السياحي Z مقارنة مع بقية المواقع السياحية k
 T_{jk} : عدد المرات التي اختير فيها الموقع السياحي Z دون غيره من المواقع السياحية k في فترة زمنية معينة
 T_{kj} : عدد المرات التي تم فيها اختيار المواقع السياحية k دون الموقع السياحي Z في فترة زمنية معينة أما أهم العوامل التي تؤثر على سلوك السائح فهي ثلاث:

- القدرة المالية على دفع تكاليف السياحة؛
- العوامل البيئية التي تتفاعل مع العوامل النفسية، المتمثلة في الثقافة، القيم، المعتقدات... الخ .
- وتكمن أهمية دراسة سلوك المستهلك السياحي في مايلي³:
- تساعد رجال التسويق على تصميم الاستراتيجيات التسويقية التي تفيدهم في فهم قرار الشراء؛
- التعرف على أنواع السلوك الاستهلاكي والشرائي للسائح؛
- تطوير وتقديم خدمات ومنتجات سياحية جديدة، أو إيجاد استخدامات جديدة في أسواقها الحالية؛

¹ - عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك - عوامل التأثير البيئية، مرجع سابق، ص 18.

² - زعل الحوامة، موفق عدنان الحميري، مرجع سابق، ص 207.

³ - عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك - عوامل التأثير النفسية"، مرجع سابق، ص 22-23.

- تجزئة السوق إلى قطاعات متميزة من السياح الذين يتشابهون فيما بينهم داخل كل قطاع ولكنهم يختلفون من قطاع إلى آخر، ومن ثم التركيز على هذا القطاع ليكون هو السوق المستهدفة؛
- تجزئة السوق تمكن المنشآت والمؤسسات السياحية من تصميم موقع تنافسي لمنتجاتها يضمن لها البقاء في السوق السياحية، وقد تلجأ المؤسسات إلى الرسائل الإعلانية أو أي وسيلة أخرى لإخبار المستهلكين السياح عن تميز خدماتها السياحية بصفات أحسن من غيرها؛
- مساندة التغييرات والتطورات التي تطرأ على حاجات المستهلكين السياح والاستجابة لها.

المبحث الثالث: ماهية الاستثمار السياحي، مجالاته وعوائقه

تعد السياحة من أكثر الصناعات في العالم التي ظلت تزدهر في ظل التقلبات والمتغيرات الجديدة للاقتصاد العالمي فازدادت الاستثمارات فيها بوتيرة هائلة نظراً لارتفاع عائداتها، فالكل يعلم بأن السياحة أحد أهم مصادر الدخل الوطني من خلال مشاركتها في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة، وباعتبار السياحة صناعة مركبة يستلزم الأمر استثمارات هامة في عدة صناعات كالفندقة، النقل والمواصلات، الأنشطة التجارية، القرى السياحية، الأماكن الرياضية... الخ، سواء من القطاع الخاص أو القطاع العام.

وارتائنا في هذا المبحث ان نعرض ماهية الاستثمار السياحي، مجالاته، مناخه واهم عوائقه.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وخصائصه

أولاً- مفهوم الاستثمار السياحي:

يعتبر الاستثمار السياحي من بين أهم مجالات الاستثمار، ويقصد به أن يوجه المستثمر سواء كان من داخل أو خارج الوطن جزء أو كل أمواله نحو الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة داخل البلد، فالاستثمار السياحي هو الذي يحدد في النهاية إلى أي مدى يمكن التجاوب مع العوامل الجاذبة للسياحة في البلد والاستفادة منها.

ومن أهم التعريفات التي تناولت الاستثمار السياحي مايلي:

- الاستثمار السياحي يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة، وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع¹؛
- هو الانفاق على مختلف المشاريع السياحية كالمرافق والخدمات والتسهيلات السياحية؛
- هو استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة وبأشكالها المختلفة لبناء طاقات إنتاجية جديدة والمحافظة على الطاقات الإنتاجية القائمة وتوسيعها فضلاً عن جميع الإضافات إلى المخزون السلعي وتعويض

¹ - خروف منير، وآخرون، "الاستثمار السياحي في الجزائر بين المقومات والمعوقات"، الملتقى الدولي الرابع حول الاقتصاد السياحي وتديبير المقاولات السياحية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، المملكة المغربية، يومي 22-23 جوان 2018، بدون صفحة.

- الاندثارات التي تصيب الطاقات الإنتاجية القائمة في النشاط السياحي وبما يترتب عليه زيادة مساهمة هذا النشاط في تكوين القيمة المضافة الإجمالية وبالتالي زيادة الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية بالنسبة للمجتمع¹؛
- هو عملية استخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو تثمين منتج سياحي أو خدمة ترد ضمن عناصر الجذب السياحي بهدف تسويق هذه الخدمة وتحقيق عوائد على رؤوس الأموال المستغلة²؛
- هو "القدرة الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي (فنادق، مطاعم، المنتجعات، القرى السياحية..) وإعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة وزيادة تحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات المختلفة لهذا النشاط³؛
- أما المنظمة العالمية للسياحة فقد عرفت الاستثمار السياحي على أنه "التنمية الاستثمارية للسياحة والتي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيئة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل وأنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة"⁴؛
- هو سلسلة من المصروفات على المشروعات السياحية، تعقبها سلسلة من الإيرادات في فترات زمنية متعاقبة، أي هو تأجيل لعوائد ومنافع فورية لكي تتحقق من هذه المشروعات في المستقبل بصورة مرضية تتسم بالتنظيم وتعظيم النتائج، بتخصيص جانب من الموارد المتاحة في استخدامات معينة⁵.
- مما سبق يتضح بأن الاستثمار السياحي يعني توظيف المدخرات والأموال اللازمة لإقامة مشاريع تزيد من الطاقة الإنتاجية السياحية (العرض السياحي) التي تعمل على توفير المزيد من المزايا لكل من أفراد المجتمع والدولة مقابل الحصول على عوائد.

¹- إلهام خضير شبر، "محاضرات في الاستثمار السياحي"، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2016-2017، ص2.

²- خروف منير، وآخرون، المرجع نفسه، بدون صفحة.

³- فاطمة فرج سعد، "الاستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية: دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق"، مجلة الكوئ للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 19،:، جامعة واسط، العراق، 2015، بدون صفحة.

⁴- خروف منير، وآخرون، مرجع سابق، بدون صفحة.

⁵- مصطفى أحمد السيد مكاوي، "الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير"، دراسات إستراتيجية، أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، العدد 193، 2014، ص13.

ثانيا - خصائص الاستثمار السياحي:

من أهم خصائص الاستثمار السياحي نذكر:

- الاستثمار السياحي ذو طبيعة طويلة الأجل؛
- الاستثمارات السياحية لا تحتاج إلى تكنولوجيا معقدة، فهي تعتمد كثيرا على الموارد البشرية، حيث تتنوع اليد العاملة فيها بين العادية والمتخصصة والمدربة في الخدمات السياحية لا سيما في مجال الضيافة والتعامل مع الأجانب وإتقان اللغات والتعامل مع الثقافات الأخرى؛
- الطابع الموسمي للسياحة يجعل المشاريع السياحية من طرف صغار المستثمرين هي الأخرى تتميز بعدم المرونة مما قد يؤثر سلبا على الرغبة في الاستثمار؛
- الاستثمار السياحي يتطلب رؤوس أموال ضخمة مقارنة بالمشاريع الأخرى، فالمشروع السياحي يمتاز بارتفاع نسبة رأس المال الثابت؛
- المنتج السياحي لا يمكن تخزينه، لكن بالرغم من هذا فالاستثمار السياحي يتحقق في مجال تكوين المخزون السلعي، فالدول المتقدمة قد تجاوزت حدود تقديم الخدمات السياحية، بحيث أصبح الطابع الصناعي ينشط تحت ظل القطاع السياحي، فعلى سبيل المثال سلسلة فنادق الشيراتون تمتلك العديد من المصانع التي تصنع المستلزمات السلعية التي تحتاجها فنادقها المنتشرة في أغلب بلدان العالم مثل الزجاجيات، الأثاث، أدوات المطبخ، الستائر، الشراشف، أدوات الطعام ... الخ، كل هذه السلع هي سلع ذات طابع مادي قابل للتخزين وتنتج ضمن حدود القطاع السياحي¹؛
- الاستثمار السياحي يهتم بالقيم الحضارية والعادات والتقاليد والمعالم والتراث مما يعمل على تطوير وتنويع العرض السياحي (الارتقاء بالخدمات السياحية)، وإبراز صورة أكثر جمالا للبلد تزيد من حجم التدفق السياحي (زيادة الحركة السياحية سنويا) ؛
- الاستثمار السياحي يزيد من معدل التقدم التقني الذي يتوقف على معدل تراكم رأس المال وهذا الأخير يتوقف على حجم العوائد، فالأرباح التي يتحصل عليها المستثمرون هي أحد العناصر الأساسية المسيرة للنظام الاقتصادي، وتعمل على تنميته حيث أن مزيدا من الأرباح يعني في النهاية مزيدا من الإنتاج ومن ثم مزيدا من الاستثمار (الاستثمار عند آدم سميث تم التطرق له بالتفصيل في المبحث الأول)؛
- الاستثمار السياحي يتأثر بالتشريعات والقوانين المنظمة للاستثمار في أي دولة، فهو يستند على ركيزتين أساسيتين تتمحور أولهما في الضمانات وثانيهما في الحوافز²؛

¹- إلهام خضير شير، مرجع سابق، ص2.

²- الطاهر جليط، "دراسة قياسية لأثر الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر"، مجلة البحوث والدراسات التجارية، جامعة المسيلة، العدد 03، 2018، ص 173.

- تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروف وحجم الطلب عليه في السوق العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق للتعريف بمنتجها السياحي¹.

المطلب الثاني: مجالات الاستثمار السياحي ودوافعه

أولاً- مجالات الاستثمار السياحي:

الاستثمار السياحي مرتبط بكل القطاعات التي تخدم النشاط السياحي بداية من الفنادق إلى تنظيم الأسفار مروراً بوسائل الترفيه والتنزه والخدمات الإضافية الأخرى المرتبطة بها. لذا فالمجالات التي يغطيها الاستثمار في القطاع السياحي تشمل:

1- الإستثمار في التسهيلات والتجهيزات (Tourism Infrastructure Facilities): صناعة السياحة حسب ديفيدسون Davidson تقرض على أي دولة تسعى لجذب السياح والتوسع السياحي لإقليمها أن تؤمن الاحتياجات والخدمات الضرورية للسياح، من ساعة وصولهم حتى ساعة مغادرتهم²، لذا فالاستثمار في هذه الخدمات يعد من الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي بلد لتحقيق الجذب السياحي المطلوب، فهي استثمارات في عناصر تكمل بعضها البعض، فالاستثمار في التسهيلات والتجهيزات من أكثر العبارات تردداً في المجال السياحي لما لها من تأثير فعال ودور مزدوج قد يكون سلبي أو إيجابي، للتدفق أو ندرته، فهذا النوع من الاستثمار يشمل ثلاث مجالات حيوية أهمها:

1-1- الاستثمار في خدمات الإقامة والإعاشة والترفيه: يعتر القطاع الفندقي أحد أهم أنشطة القطاعات الاستثمارية السياحية، فازدهار صناعة السياحة في العالم وانتعاش الطلب رغم التحديات الاقتصادية العالمية والجيوسياسية، جعل الكثير من الدول قبلة لكل العلامات الفندقية العالمية التي تتطلع للوجود في هذا السوق الواعد والاستفادة من زخم النمو المتواصل في تعويض التراجع الذي يمكن أن تواجهه في أسواق أخرى، فالاستثمارات العقارية اليوم تخطط للتوسع في الاستثمارات الفندقية بالعالم، فعلى الرغم من تضاعف الطاقة الاستيعابية للفنادق في الكثير من الدول السياحية إلا أن شهية الاستثمار في قطاع الضيافة مازالت عالية لضمان العائد وقلّة المخاطر حيث أن معدلات النمو في الاستثمارات الفندقية في العالم تسير بوتيرة متسارعة يعكسها الوجود القوي لكل الفنادق العالمية المشهورة وحتى غير المشهورة، فالاستثمار في العقارات الفندقية أصبح منافس قوي لباقي الاستثمارات في العقارات السكنية والمكتبية والأمر الذي زاد من جاذبية هذا النوع من الاستثمار ليس العائدات فحسب بل الأرباح السريعة نسبياً والمخاطر الأقل مقارنة بباقي الاستثمارات العقارية، فضلاً عن مزايا الملكية وإدارة الأصول قليلة المتاعب، أي امتلاك المستثمر للأصول العقارية بنظام التملك الحر، كما يمكنه اختيار بيعها في أي وقت، أيضاً

¹- واضح فواز، فطوش سمية، "عوامل جذب الاستثمار ومقوماته في الصناعة السياحية بالجزائر"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 4، العدد 1، 2018، ص 539.

²- عبد الناصر بن عبد الرحمن، كباشي حسين قسمة، مرجع سابق، ص 10.

إدارة الأصول في استثمار الفنادق أيسر بدءا من البناء وحتى التأجير والصيانة، وصولا إلى أعلى معدلات الأشغال وغرف ممكنة، وتعتبر شركة CBRE أكبر شركة خدمات عقارية تجارية واستثمار عقاري في العالم، حيث تضم واحدا من أكبر فرق العمل المتخصصة في القطاع الفندقي في العالم، تختص بتقديم خدمات الضيافة والاستثمارات الفندقية والمرافق، ووسائل الراحة والترفيه، والتجهيزات التقنية، في كل من أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، كما أن الاستثمار في الفنادق مرتبط بشكل وثيق بتصنيف الفندق حيث يختلف التصنيف بحسب الدولة والمدينة، من نجمة إلى خمس نجوم هذه الأخيرة التي تزود السائح بمختلف وسائل الترفيه والعناية كأحواض السباحة، النوادي الرياضية، سلسلة المطاعم، المنتجعات الصحية، خدمات التجميل، خدمة الانترنت في كل غرفة، المكيفات، التلفاز والبراد الصغير، قاعة المؤتمرات، وطبعا التاكسي الخاص بالفندق ومكتب تنظيم الرحلات في البلد.

وتعتبر الإمارات في الوطن العربي قبلة للعلامات الفندقية التي تتطلع إلى التواجد في هذا السوق الواعد التي تزدهر فيه صناعة السياحة بشكل لافت، ويعتبر فندق العرب في دبي من أشهر سبع فنادق في العالم حيث يحتوي الفندق على 202 جناح دوبلوكس فاخر، أربع مسابح، تسع مطاعم شهيرة، وخدمة موقف هيلوكبتر، أما الإقامة الأعلى في الفندق هي في الجناح الملكي بمقابل 19 ألف دولار لليلة الواحدة.

كما أن الاستثمار في التسهيلات يشمل أيضا الاستثمار في وكالات السياحة والسفر التي هي في الأصل شركات تجارية تقوم بتنظيم الرحلات السياحية، إما كوسيط بين الزبون والشركة التي تزوده بالخدمات اللازمة كشركات النقل والفنادق، أو كمؤسسات سياحية بالمعنى الفعلي للكلمة، حيث تقوم هذه الوكالات بأكثر من 90% من الترتيبات والإجراءات التي يتعين على السائح القيام بها، حيث تقوم بحجز تذاكر السفر والفنادق وتختار باقات السفر الملائمة للسياح من رجال أعمال وغيرهم، كذلك تقوم بتأجير السيارات والمنتجعات والمنتزهات وغيرها من أماكن الجذب السياحي لتسويقها للسياح القادمين من مختلف أنحاء العالم.

1-2- الاستثمار في خدمات النقل والمواصلات: مع التوجه الفعلي لاعتماد السياحة كصناعة استراتيجية ذات مردود اقتصادي وكأحد محركات الاقتصاد الداعمة لعملية التنمية المستدامة زاد الاهتمام والتركيز بمجال حيوي هو قطاع النقل الذي يشكل أحد أهم مقومات التكامل مع القطاع السياحي، فمشاريع النقل والمواصلات من أهم المجالات الجاذبة للاستثمار من خلال استقطاب مستثمرين وشركات عالمية متخصصة بهذا المجال، والتي تقيم العديد من مشاريعها حول العالم بعقود البناء والتملك، دون أن تتحمل الدول أي تكاليف إنما تحقق عوائد مالية مجزية عند تشغيل خطوط النقل إضافة إلى القيمة المضافة خلال عمليات التنفيذ وبخاصة تشغيل الأيدي العاملة. فالاستثمار في النقل يعد الرافعة الأولى للتنمية وتطوير الوضع الاقتصادي لما يلعبه من دور في تسريع عمليات نقل الأفراد إلى جانب ربط الأقاليم بعضها ببعض وحتى المناطق داخل البلد الواحد، فبالنظر إلى الدول المتقدمة وحتى بعض البلدان النامية يتضح مدى الفرق

الذي أحدثه قطاع النقل في تطوير وتحديث صناعة السياحة، فسائح هذا العصر أصبح أكثر تطلعا وتبدل الميل من مجرد قضاء إجازة في مكان ما إلى شغف التفاعل مع كل المناطق داخل الدولة المختارة في جولات سياحية، المهم إرضاء مزاج السائح، فالتنقل الكثير والتعرف على عادات شعوب جديدة وثقافتها والاستمتاع بالحضارات المتنوعة كلها تشكل سمة تلازم النشاط السياحي.

فتطور السياحة مرهون بتطور وسائل النقل وهذه الأخيرة مرتبطة بتطور حجم الاستثمارات في هذا القطاع سواء النقل البري أو البحري أو الجوي أو حتى القطارات، كما أن عاملي الزمن والتكلفة هما اللذان يحددان على الأغلب وسيلة النقل التي يضعها السائح لقضاء إجازته فإذا كان عامل الزمن هو المهم بالنسبة له فهذا يعني أنه سيختار الوسيلة الأسرع والأعلى كلفة وهي الطائرة وإذا كان العكس، أي عامل الكلفة هو الأهم فسيكون ذلك حتماً على حساب الزمن .. وهكذا، فمثلا الاستثمار في النقل البري له تشعباته وتفرعاته فهو يحتاج إلى طرق سريعة وبالتالي إلى إقامة فنادق وموتيلات واستراحات طرقية ومحطات وقود، وهذه المرافق بمجملها تعود بعائدات جيدة تضاف إلى عائدات السياحة، ومنه نستنتج ما للنقل من أهمية كبرى في تطور البلد بشكل عام والسياحة بشكل خاص.

فالاستثمار في النقل يؤدي دورا أساسيا في عملية الإنفتاح وكسر طوق العزلة بمختلف أشكالها إذ يعمل على تخفيف حدة الفروق الحضارية والثقافية بين الأقاليم المختلفة حيث يزيد من نشاط حركة السياحة الداخلية والخارجية مما يسهم في تنمية روح التفاهم والتقارب والاندماج¹. إن الاستثمار في النقل أدى إلى وجود شبكة متطورة من طرق المواصلات الحديثة، ووسائل النقل السريعة والمريحة، عملت على تحفيز الرغبة للانتقال والحركة نحو المناطق التي تستأثر بأهميتها السياحية في زمن قصير نسبياً مع خفض تكاليف السياحة والسفر إلى حد كبير.

وهناك رغبة قوية للدول المتقدمة وحتى النامية في الدخول في تحالفات استراتيجية طويلة المدى للمنافسة على تقديم خدمات النقل والتأجير، بشراكة بين القطاع العام والخاص الذي سيزيد في فعالية الاستثمارات، وقد كانت الصين السبقة بإعلان حاجتها للشراكة مع القطاع الخاص للاستثمار في مشروعات لأكثر من 30 مدينة وتنفيذ مشروعات مترو باستثمارات مطلوبة تتجاوز 95 مليار دولار سنة 2012.

1-3- الاستثمار في خدمات الاتصال: اقترن الابتكار السياحي في مجال التكنولوجيا الحديثة، بتحويل المعارف والنتائج المتوصل إليها إلى منتجات جديدة تعمل على تحقيق تنمية السياحة والنشاطات المكملة لها، حيث تعمل على تحقيق إستراتيجيات الفاعلون السياحيون في كل المجالات، وذلك وفق أساسيات التكنولوجيا الأكثر حداثة في مجال المعلومات والاتصال، الأمر الذي أدى إلى ظهور أشكال جديدة من الاستثمارات أدت إلى ظهور ما أصبح يسمى بالسياحة الرقمية²، فتحفيز الإستثمار في هذا النوع يجذب

¹ - هيثم ناعس، "أهمية قطاعي النقل والسياحة ودورهما في استثمار الموارد البشرية والاقتصادية وتنميتها في مدينة دمشق ومنطقة الزيداني"، مجلة جامعة دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2009، ص 615.

² - صورية شلبي، "أشكال السياحة وفق أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأكثر حداثة. فرنسا نموذجا"، مجلة المالية والأسواق، المجلد 7، العدد 1، 2020، ص 223.

رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية في خلق شركات مختصة بالسياحة الالكترونية التي تعمل على إعداد بنية تقنية وتطويرها باستمرار من خلال إنشاء مواقع الكترونية واستخدام قواعد التجارة الالكترونية في المعاملات والنشاطات السياحية كالحجز، وخدمات النقل، والخدمات الفندقية والمطاعم، الدفع الالكتروني.

فالاستثمار في خدمات الاتصال الحديثة يزيد من عملية التسويق السياحي عبر الانترنت.

2- الاستثمار في الثروة (Wealth Tourism): إن الاهتمام بالسياحة كباعث على التنمية المستدامة يعتبر مطلباً اقتصادياً مهماً لتحفيز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنمية السياحة وإدارتها على نحو كفوء أحد أهداف منظمة السياحة العالمية، فالعديد من الدول حباها الله بالمقومات السياحية الطبيعية والتاريخية التي تساهم في لعب دور بارز في تنويع اقتصادها، نظراً لتميزها بطبيعتها الساحرة وموقعها الجغرافي، وما بها من تضاريس متنوعة تلي رغبات عشاق السفر والمغامرات والبحر، ويكون الاستثمار فيها بتأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت والمرافق الأساسية والضرورية التي يحتاجها المجتمع بما في ذلك السواح والزائرين في هذه المواقع كما هو الحال بالنسبة للسياحة الدينية بالدول التي تحتضن المزارات المقدسة والتاريخية وتجذب ملايين الزوار من مختلف الديانات والعقائد الدينية لزيارة المساجد والمعابد ودور العبادة والصلاة فيها، كل هذه المقومات تحتاج إلى استثمارات لزيادة جاذبية الموقع السياحي لا سيما في توفير كل شروط ومستلزمات الراحة في هذه الأماكن من مواصلات ونقل، وفندقة، ومطاعم ومقاهي، كما يوجد عدد من رجال الأعمال الذين يعيشون في المدن الصاخبة يرغبون بزيارة المنتجعات السياحية والمناطق التي تكثر فيها الغابات والأشجار والسواحل الشاطئية بحثاً عن الهدوء والاسترخاء، ومن يقطنون في المناطق الأوروبية الباردة يبحثون عن المناطق الدافئة والمعتدلة في فصل الشتاء وهكذا، بالإضافة إلى استثمار بدأ في السنوات الأخيرة يأخذ مكانته وهو الاستثمار في سياحة المياه المعدنية الحارة وبحسب ما أورده بعض الدراسات أن المياه المعدنية الحارة والمتواجدة في العديد من المناطق العربية صالحة مختلف.

ثانياً - دوافع الاستثمار السياحي:

يختلف دافع اتخاذ قرار الإقدام على الاستثمار وفقاً للجهة التي تملك رأس المال المرغوب استثماره، فإنه يتضح أن الدافع «للاستثمار الخاص» يكون عادة تحقيق أعلى عائد ممكن، أما «الاستثمار العام» فغالباً ما يتحرك بدوافع وأسباب متعددة يكون عامل الربح واحداً منها.

فالاستثمار العام ينطلق من محور النظرة الشاملة للمنافع الاقتصادية والاجتماعية التي تقول إلى البلد المعني كلية ولا ينحصر بحافز «الربحية» الضيق كما هو الأمر في حال الاستثمار الخاص. لذلك ينظر الاقتصاديون فيما يتعلق بالاستثمار الخاص إلى «الإنتاجية الحدية الخاصة لرأس المال» private marginal productivity of capital وينظرون إلى «الإنتاجية الحدية الاجتماعية» social marginal productivity عند تقويم الاستثمار العام.

وعلى الرغم من أهمية الاستثمار السياحي الخاص للاقتصاديات النامية، إلا أن محدداته لم تحظى إلا بالقليل من الدراسات، ويرجع ذلك إلى عدم توفر البيانات من جهة والاعتماد بدرجة أكبر على الاستثمار العام من جهة أخرى، والحاجة لإعادة صياغة نظريات الاستثمار التي تتلائم مع الاقتصاديات المتقدمة ولا تتلائم مع الهياكل الاقتصادية للدول النامية منها:¹

- ترشيد استخدام الموارد من النقد الأجنبي وسعر الصرف الموازي يعتبران من أهم محددات الاستثمار الخاص في الدول النامية

- اعتماد معظم الدول النامية على الاقتراض الخارجي لتمويل برامج التنمية لديها أو بمعنى آخر لردم فجوة التمويل المحلي، فإن تراكم الدين الخارجي يؤثر على الاستثمار الخاص من خلال تخوف المستثمرين بفرض ضرائب في المستقبل لأغراض سداد هذه المديونية

- الدور الكبير الذي يلعبه الاستثمار الحكومي والعام يقترح تحديد العلاقة المكتملة ما بين الاستثمار العام والاستثمار الخاص، فربما يتعرض الاستثمار الخاص إلى مزاحمة الاستثمار العام في تخصيص الموارد (سواء أكانت من خلال حصيلة الضرائب أو إصدار أدوات الدين المحلي أو التمويل) ومن جهة أخرى يمكن أن يقدم الاستثمار العام الدعم للاستثمار الخاص من خلال تنفيذ مشروعات البنية التحتية والسلع العامة، وبهذا يكون مكملًا له.

وقد تناولت العديد من الدراسات التطبيقية دراسة محددات ودوافع الاستثمار من خلال قياس العلاقة بين تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسكانية. ففي دراسة أعدها (Schneider and Frey (1985) لحوالي 80 دولة من الدول الأقل نمواً، بحيث توصل الباحثان إلى أن ارتفاع الناتج القومي الإجمالي الحقيقي للفرد الواحد يساعد على جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، كما أن عدم الاستقرار السياسي يقلل بشكل كبير من فرص الاستثمارات للدول المضيفة.²

أما الدراسة التي أعدها (Giorgione and Ben Taher (2009) عن محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في دول المغرب العربي، أدرج الباحثان عدد من المتغيرات مثل الناتج المحلي الإجمالي ومؤشر درجة الانفتاح ومتغيرات المؤسسات والاستقرار السياسي، وسعر الصرف، والتضخم والواردات منسوبة للناتج المحلي الإجمالي، وقد توصل الباحثان إلى أن حجم السوق له تأثير إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وأن الدول الأكثر نجاحاً في جذب الاستثمارات هي الدول التي تتميز بتحقيق معدلات نمو مرتفعة وتعطي اهتماماً أكثر لأنظمة التعليم المتبعة بها.³

¹ - حسان خضر، "الإستثمار الأجنبي المباشر-تعريف وقضايا"، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية، الكويت، 2004، ص12.

² -Schneider F and Frey B "Economic and Political Determinates of FDI", journal of World development, volume 13, Nedderland, 1985,p161-175.

³ -Hassan Ben Taher and Giorgione Gianluigi, "The determinants of FDI, a panel data study on AMU countries",journal of Liverpool business school, Liverpool John Moore's University, 2009, p23.

وفي دراسة أخرى أعدها (2010) Moise and Sofian على 36 دولة منها 12 دولة بالشرق الأوسط حيث توصل الباحثان أن عدد من المتغيرات كالناتج المحلي الإجمالي وحجم السوق ودرجة الانفتاح لها أثر ايجابي على تدفق الاستثمارات الأجنبية في حين المتغيرات مثل مؤشر الفساد الإداري والتضخم وسياسة الإنفاق الحكومي لها تأثير عكسي على جذب الاستثمار¹. ويمكن توضيح دوافع الاستثمار السياحي ضمن الشكل التفصيلي رقم (10):

الشكل رقم (10): دوافع الاستثمار السياحي



المصدر: حسان خضر، الإستثمار الأجنبي المباشر-تعريف وقضايا، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية، الكويت، 2004، ص6.

¹- Sofian Eltayeb Mohamed and Moise G Sidiropoulos , “ Another look at the determinants of foreign direct investment in MENA contries :An empirical investment”, journal of economic development; volume35, Number2, June2010.

الشكل رقم (10) يوضح دوافع و الاستثمار السياحي لاتخاذ قرار الإستثمار، وعلى العموم يمكن أن نستنتج أن محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في المجال السياحي تتلخص في ثلاثة عوامل للمفاضلة بين الدول المضيفة للاستثمار:

- سياسات الدولة المضيفة (مساهمة الدولة في تنشيط القطاع السياحي) ؛
- الإجراءات المسبقة التي تطبقها الدول لتشجيع وتسهيل الاستثمارات؛
- المواصفات الاقتصادية للدولة المضيفة.

المطلب الثالث: مناخ الاستثمار السياحي وعوائقه

تسعى الكثير من الدول اليوم إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي لمزاياه الايجابية في كافة مجالات التنمية، حيث أصبحت السياحة ذات أثر بارز في دعم الاقتصاد العالمي وتنشيط حركة الاستثمار مما يساهم في زيادة الدخل القومي وإيجاد فرص عمل تمس كل القطاعات التي هي في الأصل تخدم القطاع السياحي، وباعتبار الاستثمار السياحي يتطلب أموال ضخمة وقروض طويلة الأجل فهو سريع التأثير بالاستقرار السياسي والأمني والاقتصادي والتشريعات والتنظيمات القانونية.

أولاً- مناخ الاستثمار السياحي في صناعة السياحة:

من البديهي أن العوامل الجاذبة للسياحة تنبعث من المزايا الطبيعية والتراثية والثقافية للبلاد وكلما كانت هذه العوامل أكثر تميزا كلما زادت قدرة البلد على جذب أكبر عدد ممكن من السياح فيتسع سوقه السياحي ويصبح في حد ذاته دافعا للمستثمرين في إقامة منشآت سياحية تزيد من خدمة هذه السوق، لكن هذا غير كاف حتى يتحمل المستثمر تكاليف كبيرة أو مخاطر غير عادية فالأرباح المقدره من استثماراته قد لا تتحقق، لذا فالمناخ العام للاستثمار هو الذي يحدد في النهاية تجاوب الاستثمارات السياحية.

1- مفهوم مناخ الاستثمار السياحي: يشكل مناخ الاستثمار بصفة عامة مجموعة العوامل والظروف والأوضاع التي تشكل فرصا استثمارية، ودوافع للقيام بالمشاريع وتحمل تكلفته لأغراض الإنتاج وخلق فرص عمل توسعية، فكل هذه الظروف والأوضاع تشكل في مجملها عوامل جذب أو طرد لرأس المال. وعلى هذا فمناخ الاستثمار السياحي هو الآخر مرتبط بهذه الأوضاع حيث يعرف بأنه: تلك البيئة التي تتوافر فيها كل مقومات نجاح الاستثمار السياحي من عوامل جاذبة لرأس المال، ومحفزة للاستثمار في مجالات سياحية متعددة ومتنوعة¹.

إذن مناخ الاستثمار السياحي يرتكز على كل الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتشريعية السائدة في الدولة بالإضافة إلى كل الحوافز والضمانات المقدمة للمستثمرين في المجال السياحي، بهدف توسيع مساهمة السياحة في الدخل الوطني وتنويع مصادر الدخل لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

¹ - اسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، "مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل"، إثناء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص358.

ويتمثل مناخ الاستثمار السياحي في المقومات التالية:

1-1- البيئة الاقتصادية: الاستثمار السياحي يحتاج إلى بيئة اقتصادية ملائمة من وضع اقتصادي متطور وقوي (الاحتياطات، معدل النمو، حجم السوق، ميزان المدفوعات، التضخم، درجة الانفتاح الاقتصادي، مرونة السياسة النقدية والمالية، درجة المنافسة داخل البلد) يعطي الحرية ضمن إطار الأهداف العامة، في تحويل الأموال والأرباح والتوسع في المشاريع وحرية ملكيتها، فإلغاء العقوبات أمام تبادل العملات الأجنبية وصرفها وكذلك تحرير رؤوس الأموال من جميع القيود واستقرار سعر الصرف والمعدلات الضريبية المعتدلة، والحوافز التمويلية المتمثلة في توفير الأموال مباشرة للمشروع السياحي في شكل إعانات حكومية أو قروض بفوائد منخفضة، كلها عوامل تشجع على الاستثمار في مجال القطاع السياحي.

1-2- البيئة السياسية والأمنية: يتأرجح الاستقرار السياسي والأمني بين الترتيب الأول أو الثاني كعامل جذب للاستثمارات، إذ يعتبر الاستثمار السياحي واحد من الاستثمارات التي تحتاج إلى استقرار سياسي وأمني، فالمقومات البشرية للاستثمار السياحي تتمثل في رجال الأعمال أو أصحاب رؤوس الأموال المستثمرة في هذا المجال والعاملين بكافة الخدمات السياحية هذه الفئات مجتمعة غالباً ما تكون عرضة لعمليات إرهابية ينتج عنها خسائر في الأرواح والممتلكات.

وقد تأثرت الدول العربية والإسلامية بهذه الظاهرة الخطيرة مثل التفجيرات التي لحقت بالمطارات والمباني الفندقية التي تعد ركيزة الأساسية في استقطاب الوفود السياحية مثل تفجير فندق أوربا بمصر سنة 1996 الذي أدى إلى مقتل 18 سائحا يونانيا وتدمير فندق طابا سنة 2004 والتفجيرات التي مست الجزائر وألحقت الضرر بكل البنى التحتية في سنوات التسعينات، والتدميرات التي لحقت بمنتجع بالي بإندونيسيا التي راح ضحيتها أكثر من 200 قتيل¹، ومن أكثر الأعمال الإرهابية التي أثرت على السياحة الاعتداء على برج التجارة العالمية في نيويورك في 11 سبتمبر 2001، حيث انخفض الطلب العالمي على السياحة في الولايات المتحدة بنسبة 7.4% في عام 2001-2002، وتسبب في بطالة أكثر من 10 ملايين موظف في مجال السياحة على مستوى العالم، وانخفضت نسبة الأشغال في الفنادق الأمريكية بنسبة أكبر من 50% رغم تخفيض نسبة الأسعار بـ40%، وهو ما أدى إلى تراجع في الاستثمارات السياحية نظراً لتراجع نسبة الفوائد².

ففي تونس مثلاً التي يمثل فيها قطاع السياحة دور حيوي في الاقتصاد وتساهم في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 18 %، عانى فيها هذا القطاع أشد الآثار السلبية منذ أحداث الربيع العربي عام 2011، فانخفض السياح الدوليين من 7.8 مليون سائح سنة 2010 إلى 5.7 مليون سنة 2011 إلى 5,3 مليون سائح سنة 2015 أي انخفاض بنسبة 34.2%، وكان هذا الرقم أقل حتى من عدد الوافدين عام 2000،

¹ - محمد العطا عمر، "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية"، الندوة العلمية أثر الأعمال الإرهابية على السياحة، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، بدون سنة النشر.

² - United Nation World Tourism Organization Tourism Highlights 2016, Edition 2016, p03

وانخفضت عائدات السياحة في تونس بنسبة 27.3% حوالي 2.4 مليار دولار¹، فالمشاكل الأمنية والعنف السياسي والحروب والانقلابات والإرهاب والتهديدات الأمنية تؤثر بشكل كبير على السياحة ومن ثم على الاستثمار السياحي، فالحرب الأهلية الموجودة في العراق وسوريا وليبيا واليمن أدت إلى إلحاق الضرر الكبير بصناعة السياحة وشلت حركة الاستثمار الداخلي والخارجي التي كانت مزدهرة في هذه البلدان، كما أن الاستقرار السياسي يؤثر على الاقتصاد المحلي وعلى العمالة في وقت يحتاج البلد للعمالة الأجنبية، كما يؤثر على التنمية السياحية عن طريق انخفاض مرجح في الاستثمار المحلي والأجنبي في مجال البنية التحتية السياحية، مما يزيد في تكاليف تأمين هذه الاستثمارات.

وبصفة عامة فالاستثمار السياحي يحتاج إلى بيئة آمنة مستقرة ونظام سياسي قوي يعزز القدرات التفاوضية للدولة مع الدول والمنظمات، لأن الاستقرار السياسي يعطي للمستثمرين الثقة في أن القوانين الحاكمة لأنشطتهم وكذلك السوق السياحي الذي يعملون به سيظل مستقرا على المدى البعيد.

1-3- البيئة التشريعية والتنظيمية: يعد التشريع الأداة التي من خلالها تمد الدولة هيمنتها على العلاقات بينها وبين الأفراد من ناحية، وبين الأفراد بعضهم ببعض، ولا شك أن وجود التشريع ومرونته يؤدي إلى اطمئنان الأفراد إلى أنهم في مأمن من مغبة الإطاحة بهم، لذا فالتشريع من الأمور الجد مهمة في الدول ولقد أضفى البعض على هذا المبدأ القيمة الدستورية².

ومن الطبيعي أن القوانين المنظمة للاستثمارات تختلف من دولة لأخرى وكذلك الأنظمة والأيدولوجيات التي تحكم هذه الأنظمة فمنها من يشجع الاستثمار بشكل مقيد ومنها ما يقيد الاستثمار بجملة من التشريعات، فقد أظهرت الدراسات الحديثة أنه مع تزايد حرية التجارة وتحرك رؤوس الأموال عالميا في إطار العولمة أظهرت النتائج مثلا أن الحوافز المالية والضريبية لها تأثير في تحديد حجم التدفقات في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة، في حين أنه في بعض الدول النامية مثل هذه الحوافز لها تأثير قليل في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر بل كانت لها تأثيرات مضادة، فمثلا في البرازيل أدى حجم الحوافز الضريبية إلى خسارة في مداخيل الدولة أكثر من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر التي ولدتها؛ وكذا تعد الإعفاءات الضريبية في ماليزيا ضخمة بالنسبة للشركات المستهدفة وفي تايلاند المشاريع التي بها معدلات فائدة مرتفعة لا تمسها الحوافز³.

لكن تبقى أغلب النظم السياسية في العالم تدعو للانفتاح الاقتصادي على العالم من خلال سن قوانين وتشريعات جديدة تشجع الاستثمار وتوسع المجال أمام تدفق رؤوس الأموال الأجنبية وذلك لزيادة

¹ - جيم تينين، جهاد أوغلو، "السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات"، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدري للدول الإسلامية SESRIC، تركيا، 2017، ص78.

² - حسين إبراهيم خليل، حسين محمد مصلح، "الرقابة القضائية على حقوق النظار والإضراب والتناسب"، دراسة مقارنة بين فرنسا ومصر، شركة ناس للطباعة، 2015، ص7.

³ - بولبراح غريب، "العوامل المفزة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وطرق تقييمها"، دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد 10، 2012، ص100.

القدرة الإنتاجية لمختلف الصناعات لا سيما صناعة السياحة ونقل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والنظم الإدارية المتطورة في هذه الصناعة الواعدة.

فكلما كانت التشريعات أكثر مرونة وتحفيزا كان مردود الاستثمار السياحي أكثر فاعلية، فدقة النظم والتشريعات تحدد للمستثمر حقوقه والتزاماته في المشاريع السياحية التي ينوي استثمار أمواله فيه. لذا فالعوامل المحددة لمناخ الاستثمار السياحي تتماثل وتتطابق مع العوامل المحددة لمناخ الاستثمار بصفه عامة وبعضها يتعلق بالقطاع السياحي بصفة خاصة وما يحكمه من تشريعات وسياسات تنظيمية تتضمن:

- حوافز جبائية وشبه جبائية وجمركية؛
- حوافز تمويلية كمنح القروض والائتمانات الحكومية المدعمة لتغطية المخاطر (كمخاطر تذبذب أسعار الصرف)؛
- ضمانات التحويل الحر لرأس المال وعوائده؛
- منحة الاستثمار، والتي تتمثل في دعم حكومي مباشر للاستثمار في شكل نسبة من نفقات المشروع كالمنح التي يقدمها قانون الاستثمار التونسي للاستثمارات التي تعمل على حماية البيئة؛
- تسهيل الإجراءات من قبل المؤسسات والهيئات القائمة على الاستثمارات السياحية بعيدا عن كل أشكال البيروقراطية والتعقيد.

ثانيا - المعوقات التي تواجه الاستثمارات السياحية:

إن المشاكل والمعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي في الدول النامية خاصة في الدول العربية، هي مشاكل مزمنة تحد من تحقيق التنمية السياحية، حيث مازال قطاع السياحة والاستثمار يواجه العديد من العراقيل أهمها:

- نقص التمويل اللازم للاستثمارات السياحية وعدم القدرة على الحصول على القروض من البنوك؛
- صعوبة الحصول على التأشيرات من بين معوقات السياحة التي تحد من الطلب السياحي وهذا ما يؤثر سلبا على تدفق الاستثمار السياحي في البلد؛
- تعد الضرائب المرتفعة من العوامل التي تعيق قطاع الأعمال والاستثمار بشكل عام والاستثمار السياحي بشكل خاص وما يصح على الضرائب يصح على الرسوم الجمركية؛
- من أكثر العراقيل التي يتخبط فيها الاستثمار السياحي العوائق الإدارية المتعلقة بكثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية إلى جانب بروز الفساد الإداري¹؛

¹ - سامية فقير، محمد أمين لعروم، "آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حوا آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، منظم من طرف المركز الجامعي بركة المنعقد يومي 30-31 أكتوبر 2017، ص8.

- السياحة تمثل فاعلية اجتماعية يتحكم فيها تفاعل السياح كمستهلكين مع السكان المقيمين كمنتجين، وهذا يفرض على الطرفين احتكاكا مباشراً بينهما، لذلك فإن المستوى الثقافي والوعي الاجتماعي، يحددان أسلوب التعامل الذي يشكل عامل جذب للسائح، لهذا فانغلاق سكان بعض الأحياء أو بعض المناطق السكنية على أنفسهم وتخوفهم من الاحتكاك مع الآخرين ولاسيما الغرباء منهم خشية المساس ببعض عاداتهم وتقاليدهم، يجعلهم ينفرون من أي تواصل معهم¹، مما ينعكس سلباً على الطلب السياحي ومن ثم على أي استثمار سياحي في هذه المناطق؛
- تدهور البيئة الطبيعية وتعرضها لمختلف أنواع التلوث والإهمال من أهم العوامل التي تعيق الاستثمارات بكل أنواعها، فالاستثمارات السياحية اليوم في ظل التنمية المستدامة لا تعتمد على البيئة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية فحسب وإنما أصبحت تركز على التوازن البيئي مع تحسين الوجود الإنساني ومحاربة الفقر على نطاق واسع، فالقيم البيئية لدى الأفراد والمؤسسات والحكومات أصبحت اليوم هي التي تحكم الاستثمارات السياحية، وهذا ما ينادي به برنامج الأمم المتحدة UNEP للتحويل إلى الاقتصاد الأخضر من خلال تحسين الرفاهية البشرية والعدالة الاجتماعية، والتقليل إلى حد كبير من المخاطر البيئية والنقص الإيكولوجي، وإعادة بناء رأس المال الطبيعي كأصل اقتصادي هام وكصدر للفوائد العامة خاصة بالنسبة للفقراء الذين يعتمدون على الطبيعة في سبل عيشهم وأمنهم.
- المتغيرات مثل التضخم وسياسة الإنفاق الحكومي لها تأثير عكسي على جذب الاستثمار، فمعدل التضخم يؤثر على تكاليف الإنتاج من جهة، وعلى حجم الأرباح من جهة أخرى وعليه فمعدلات التضخم المرتفعة تؤثر سلباً على تدفق الاستثمارات السياحية بل تشجع الأفراد على تحويل أموالهم إلى الخارج، كذلك تغيير القوانين عشوائياً وبدون مبرر يعتبر مؤشراً على عدم استقرار النظام الاقتصادي وهذا بدوره يبعث على عدم الثقة والطمأنينة للمستثمر السياحي²؛
- البنية التحتية من شبكات النقل، والاتصالات، وإمدادات الطاقة (غاز وكهرباء، والموانئ) التي لا تتلاءم مع المعايير الدولية تزيد من تكاليف الإنتاج، ومن ثم تعيق جذب أي استثمار أجنبي سياحي، لذا فمن مهام الدول المضيفة توفير البنية التحتية الملائمة؛
- ضعف نظام الحكم أو استبداد الأنظمة الحاكمة وتدني مستوى المشاركة الشعبية في اتخاذ القرارات التي تمس حياة المواطن والإقصاء من الممارسة السياسية وإبداء الرأي والحوار، وتقبل الرأي الآخر، كلها بواعث لردود أفعال مضادة ننتجتها العنف والإرهاب والفسوضى، وكل هذه الأوضاع مجتمعة تؤثر بشكل مباشر على أنشطة السياحة ومن ثم على الاستثمارات الخاصة بها.

¹ - هيثم ناعس، "أهمية قطاعي النقل والسياحة ودورهما في استثمار الموارد البشرية والاقتصادية وتثبيتها في مدينة دمشق والزبداني"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني، 2009، ص 607.

² - سامية فقير، محمد أمين لعروم، مرجع سابق، ص 102.

خلاصة الفصل الأول:

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة إلى أن تطورت وأصبحت اليوم علما مستقلا بمبادئه وأساسه وصناعة مركبة، تعد من أكبر الصناعات في العالم، فهي صناعة الالموس في عالم الالموس ولا يزال تقدمها وتوسعها وتطورها ينمو بصورة سريعة جدا، إذ لم تعد حكرا على الأثرياء فقط بل أصبح يتمتع بها كل فرد نتيجة تشعب فروعها وتعدد أغراضها لتدخل بقوة في كل مكان لتؤثر فيه وتتأثر به، فالسياحة أصبح ينظر إليها من زوايا عدة، فمن المنظور الاقتصادي فهي قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق العملات الأجنبية، ومن المنظور الاجتماعي والثقافي فالسياحة تعتبر حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الاجتماعية والسلوكية والحضارية للأفراد بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومن منظور علمي فالسياحة هي فن تقديم الخدمة.

كما يعد قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تمت عولمته على نحو متسارع حيث أخذت السياحة صفة العالمية ملغية بذلك كل الحواجز والحدود النفسية واللغوية بين سكان الأرض بسبب التقدم الهائل في وسائل النقل والمواصلات والثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما ساهم بشكل هام في تطوير ونمو السياحة في العالم بشكل متجدد لا ينتهي.

وباعتبار السياحة صناعة مزدهرة فقد ازدادت الاستثمارات فيها بوتيرة هائلة نظرا لارتفاع عائدها وما أضفته من حركية في الاقتصاد العالمي، حيث ازداد الاهتمام أكثر بالعوامل التي تشكل فرصا وحافزا في جذب رؤوس الأموال سواء المحلية أو الأجنبية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد رأس المال البشري لتقديم أفضل الخدمات (الطاقة الإنتاجية السياحية) التي تلبي احتياجات السياح من جهة والمواقع المضييفة من جهة أخرى، حيث ترتبط الاستثمارات السياحية بكل القطاعات التي تخدم النشاط السياحي سواء التسهيلات والتجهيزات أو الثروة، وهذا ما يحقق الاستفادة القصوى من الأثر المضاعف للاستثمار السياحي على باقي القطاعات.

الفصل الثاني:

أساسيات حول التنمية

السياحية المستدامة

تمهيد:

إن تبني فكر الاستدامة واعتباره الفكر الرائد في القرن الواحد والعشرين أصبح ضرورة وحقيقة لكل أنواع التنمية بمختلف مستوياتها، ذلك أن التدهور المستمر في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ولد حاجة للبحث عن نماذج جديدة للتنمية وعليه حدثت قفزة نوعية للفكر التنموي حيث ظهر أسلوب جديد للتنمية يعتمد على طبيعة العلاقة بين الإنسان والموارد الطبيعية والبيئية المحيطة به، وهذا ما يسمى بالتنمية المستدامة التي يكون فيها الإنسان هو الهدف والغاية والوسيلة مع التأكيد على التوازن البيئي، فأجندة التنمية الخضراء التي تسعى إلى تحقيق توازن بين النمو الاقتصادي وحماية البيئة والعدالة الاجتماعية توفر أساساً سليماً لمعالجة كل النواقص التي تعاني منها الاقتصاديات.

فالتنمية المستدامة أصبحت تشكل أداة تحليلية اقتصادية جديدة، يقوم عليها اقتصاد الدول ممثلاً تحدياً جديداً للاقتصاد العالمي، حيث تقترن هذه التنمية بمقاربات الاستدامة لتحقيق الرفاه بأبعاده الثلاث: الاقتصادي وما يحويه من معطيات، الاجتماعي وما يشمله من عدالة وتنمية اجتماعية، البيئي وما يحمله من العدالة بين الأجيال للحفاظ على الموارد الطبيعية.

كما أن الحديث عن التنمية المستدامة يدفعنا بالضرورة للحديث عن الاقتصاد الأخضر، بحيث يعتبران وجهان لعملة واحدة، والاقتصاد الأخضر جاء كمقترح يجعل من عملية تطبيق التنمية المستدامة تتخذ شكلاً سلساً وسهلاً، فكل منهما يركز على فكرة التنمية والتوازن البيئي مع تحسين الوجود الإنساني ومحاربة الفقر على نطاق واسع، وهذا ما يؤكد أن العلاقة الجدلية بين البيئة ومختلف الصناعات أصبحت اليوم واضحة المعالم حيث أن تطور المجتمعات وظهور حاجات متجددة تطلب القيام بصناعات في إطار منظمات تنتهج سلوك مسؤول اتجاه البيئة، يعمل على تحقيق الأمن الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وتخفيض المخاطر البيئية، مع تشجيع استخدام التكنولوجيا النظيفة ذات المخلفات غير الملوثة وتنمية الموارد الطبيعية المتجددة في إطار زمني يحقق عدالة الاستخدام للأجيال الحاضرة مع حق الأجيال القادمة، وتعتبر صناعة السياحة واحدة من أهم الصناعات التي تشكل عنصراً أساسياً في التنمية السياحية المستدامة من خلال استخدام الموارد البيئية استخداماً أمثلاً بالحفاظ على العمليات التكنولوجية الأساسية والموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي، وبهذا المعنى تكون التنمية تجربة إيجابية للسكان المحليين، ولشركات السياحة، وللعمال في قطاع السياحة وحتى للسياح ذاتهم.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى المباحث الأربعة التالية:

- ماهية التنمية المستدامة ومؤشراتها؛
- الاقتصاد الأخضر أداة لتحقيق التنمية المستدامة؛
- التنمية والتخطيط السياحي والتحول نحو الاستدامة؛
- البيئة والتنمية السياحية المستدامة.

المبحث الأول: ماهية التنمية المستدامة ومؤشراتها

يعتبر التوجه البيئي بأنه حركة منظمة تهدف إلى حماية حق الأفراد في العيش في بيئة آمنة، والتوجه نحو حماية تلك البيئة وتطويرها، فلا يمكن دراسة حركة الاستهلاك والإنتاج والاستثمار بمعزل عن البيئة، لذا بدأ الاهتمام مؤخرا بتصحيح البرامج التنموية التي تهدف إلى حماية البيئة الطبيعية.

المطلب الأول: نشأة التنمية المستدامة، مفهومها واهدافها

إن تدهور البيئة الطبيعية في العالم نتيجة النفايات الملوثة من الصناعات الغذائية والمدابع والمنسوجات وغيرها التي يتم التخلص منها عن طريق الهواء أو عبر الأنابيب للمياه السطحية، واستخدام المبيدات الحشرية في المنتجات الزراعية والأسمدة والغازات المنبعثة من مركبات محركات الديزل كلها عوامل أدت إلى تغير المناخ (ظاهرة الانبعاث الحراري) وارتفاع نسبة الكربون، وتلوث الهواء والمياه والتربة التي أثرت على صحة الإنسان وألحقت الضرر بالحيوانات والحياة البرية والمائية وأثرت سلبا حتى على السياحة البيئية، ومن أجل تصحيح الاختلال البيئي، قامت المنظمات والهيئات الدولية بصياغة مفاهيم اقتصادية جديدة تربط بين الاقتصاد والبيئة.

أولاً- نشأة التنمية المستدامة وتطورها التاريخي:

لتحديد العلاقة بين التنمية والبيئة انعقدت في جويلية 1972 قمة الأمم المتحدة في ستوكهولم حول البيئة والتنمية والتي تم من خلالها عرض مجموعة من القرارات الخاصة بالتنمية الاقتصادية وضرورة الترابط بين البيئة والمشكلات الاقتصادية، وطالبت الدول النامية بأن لها الأولوية في التنمية إذا أريد تحسين البيئة وتقادي التعدي عليها، كما دعت القمة إلى تضيق الفجوة بين الدول الغنية والدول الفقيرة¹، وبعدها تطورت البرامج التي تهدف إلى معالجة العلاقة المتبادلة ما بين الاقتصاديات الإنسانية والنظام البيئي الطبيعي من خلال نمط جديد من التنمية يضمن تحقيق التوازن البيئي، وبهذا تم استخدام مصطلح التنمية المستدامة بشكل رسمي لأول مرة سنة 1987 من خلال لجنة (Brundtland) اللجنة العالمية للبيئة والتنمية حيث عرفتها بأنها "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة"²، وفكرة التنمية المستدامة تم التصديق عليها في مؤتمر ريو دي جانيرو بالأرجنتين عام 1992 والذي ركز علي فكرة التنمية والبيئة، فلقد حدد تصريح ريو الذي صدر عن المؤتمر حقوق والتزامات الدول في سعيها نحو التنمية المستدامة والتضامن الدولي، ومؤتمر

¹ - العايب عبد الرحمن، "التحكم الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2010-2011، ص18.

² - International Labour Organization, "Cataloguing in Publication Data Toolkit on poverty reduction through tourism", Second edition 2013, p 17.

قمة الأرض هذا اعتبر بأن التنمية المستدامة ضرورة انجاز الحق في التنمية¹، وهناك تأسست لجنة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (UNCSD)² أين أدرك القادة السياسيون أهمية التنمية المستدامة.

وفي سنة 1997 تم إقرار بروتوكول كيوتو (اليابان) والذي يهدف إلى الحد من انبعاثات الغازات على رأسها غاز ثاني أكسيد الكربون CO2 ، وزيادة استخدام نظم الطاقة الجديدة والمتجددة³. ليؤكد المؤتمر الدولي للتنمية المستدامة المنعقد في جوهانسبورغ عام 2002 على ضرورة الالتزام بإقامة مجتمع عالمي منصف يدرك ضرورة كفالة الكرامة الإنسانية للمجتمع من أمن واستقرار واحترام الإنسان وحقه في التعليم والصحة والتنوع الثقافي، وفي ديسمبر 2007 إنعقد مؤتمر بالي بأندونيسيا ناقش قضية التغير المناخي، ثم انعقد مؤتمر آخر بكونينهاجن (الدانمارك) سنة 2009 ومؤتمر ديربان عام 2011 فضلا عن مؤتمر ليما (البيرو) سنة 2014 وبعد ذلك انعقد مؤتمر مراكش بشأن الاحتباس الحراري باسم كوب 22 خلال الفترة الممتدة من 7 إلى 18 نوفمبر 2016.

وانعقد كذلك مؤتمر المحيط أيام 5-9 جوان 2017 في المقر الدائم للأمم المتحدة في نيويورك لدعم تنفيذ الهدف 14 من أهداف التنمية المستدامة المعني بحفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام، كما دعى المؤتمر إلى اتخاذ خطوات ملموسة، منها توسيع المناطق البحرية المحمية وإدارة مصايد الأسماك والحد من التلوث وتنظيف النفايات البلاستيكية، والانتقال من المبادرات المحلية والوطنية إلى جهد دولي عاجل ومنسق، كما أكد المؤتمر أنه إذا استمر إلقاء النفايات البلاستيكية بالمعدل الحالي، فسيعادل وزن البلاستيك وزن السمك بحلول عام 2050 وهي قضية هائلة لها آثار سلبية على اقتصاديات الدول النامية والمتقدمة على حد سواء⁴.

لينعقد المنتدى السياسي الرفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة إجتماعه السنوي الذي استمر من 9 إلى 18 جوان 2019 برعاية المجلس الاقتصادي والاجتماعي داخل مقر الأمم المتحدة، والذي كان عنوانه "الشباب: تمكين، وتضمين، ومساواة"، وشهد هذا المنتدى استعراضات محورية للتقدم المحرز في تنفيذ أهداف التنمية المستدامة ويمثل فرصة لتتبع المشاركة المتعددة الأطراف بشكل صحيح، حيث قدمت 102 دولة مراجعات وطنية طوعية بشأن قضايا عدة أهمها الوظائف والنمو الاقتصادي وعدم المساواة،

¹ - موسشيت دوجلاس، "مبادئ التنمية المستدامة"، ترجمة بهاء شاهين، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2000، ص 20.

² - لجنة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (UNCSD) (United Nations Commission on Sustainable Development) تأسست سنة 1992 خلال مؤتمر قمة الأرض المنعقد في ريو بالبرازيل، حيث تضمنت اتفاقيات دولية تشمل الحفاظ على التنوع البيولوجي، وقضايا المناخ والمكافحة التصحر، ولغت المؤتمر الانتباه إلى أهمية معالجة قضايا البيئة والتنمية.

³ - إلماء شيلي، "دور استراتيجية الجودة الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في مؤسسة اقتصادية"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2013-2014، ص 64.

⁴ - منشورات الأمم المتحدة، "تقرير مؤتمر المحيط"، نيويورك، 5-9 جوان 2017.

وتغير المناخ، والتعليم، والسلام والعدالة والمؤسسات القوية، وبالطبع الشراكات العالمية، وموضوع الشمولية والمساواة¹.

كل هذه المؤتمرات تبين الاهتمام الدولي بمشكل البيئة العالمي، والسعي بجدية لحماية البيئة والحفاظ عليها بتوقيف نسب الاحتباس الحراري، ووضع حد للتغير المناخي، وتثبيت فكرة التنمية المستدامة بتوعية شعوب العالم بالآثار الخطيرة المحدقة بكوكبنا من جهة، وما ينتظر الأجيال اللاحقة من أخطار وخيمة من جهة أخرى.

ثانياً - مفهوم التنمية المستدامة:

هناك العديد من المصطلحات التي لها دلالة على التغير الايجابي منها: النمو (تغيير كمي غالباً ما يكون تلقائي)، والإينماء (العمل على إحداث تغيير كمي في قطاع معين)، والتطور (تغيير كمي ونوعي)، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية والبشرية (تغيير كمي ونوعي في النسيج الاجتماعي والاقتصادي والابداعي)، فكل مصطلح له خصوصية في مجال التنمية، لهذا لا بد أن نفهم معنى مصطلح التنمية.

1 - مفهوم التنمية Development :

التنمية لغة: التنمية هي عكس كلمة التخلف Underdevelopment ، وتعني الزيادة، الوفرة، الخصوبة، العطاء، الصعود، الكثرة، الانتشار، النماء، التقدم، الازدهار، الإصلاح.. الخ.

التنمية اصطلاحاً: هي عملية التغيير التي يقوم بها الإنسان للانتقال من مجتمع تقليدي زراعي إلى مجتمع متقدم صناعياً بما يتفق مع احتياجاته الاقتصادية والاجتماعية والفكرية والثقافية، وذلك بالاستثمار الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية².

وعلاوة على ذلك فقد تعددت تعريفات التنمية بتعدد الاتجاهات والرؤى النظرية، نذكر منها³:

- علماء الاقتصاد يعرفون التنمية بأنها الزيادة السريعة في مستوى الإنتاج الاقتصادي والدخل القومي والأسري؛
- يري علماء الاجتماع على أن التنمية هي تغيير اجتماعي مقصود ومخطط يستهدف تغيير السلوكيات والثقافات حتى تكون ايجابية ومنفتحة ومرنة ومنتجة؛
- علماء السياسة يرون بأن التنمية هي عملية إقامة المؤسسات السياسية والتزامها بالنهج الديمقراطي وإتاحتها مشاركة المواطنين في صنع القرارات؛

¹ - هيئة الأمم المتحدة 2019، "دليل الاستعراضات الوطنية الطوعية"، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، المنتدى السياسي الرفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة 9-18 جوان 2019.

² - جميل حمداوي، "التنمية والبيئة: أي علاقة؟" بدون دار النشر، 2017، ص 50.

³ - مدحت أبو النصر، باسمين مدحت محمد، "التنمية المستدامة مفهومها، أبعادها، مؤشراتها"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017، ص 66-67.

- علماء البيئة يعرفون التنمية أنها تنفيذ مخططات ذات أهداف متوسطة وبعيدة المدى يقوم بها الإنسان للانتقال بالمجتمع والبيئة المحيطة به إلى وضع أفضل.

من خلال كل هذه التعريفات، يمكن أن نقول أن التنمية تشمل كل الأبعاد السابقة، وتراعي أيضا التوازن فيما بينها، وعلى هذا فهي عملية ديناميكية تتطوي على التغيرات الإجمالية الايجابية الحاصلة في دولة ما في كافة المجالات وعلى كافة المستويات، لمساعدة اندماجها في العالم والاسهام في تقدمها بشكل أفضل.

كما ينبغي عدم الخلط بين النمو والتنمية، فالنمو الاقتصادي يعني الزيادة في انتاج الاقتصاد من السلع والخدمات على مدار فترة زمنية محددة من أجل الزيادة في الدخل القومي، ويتم قياسه بشكل دقيق وفقا للقيمة الاسمية للنتائج المحلي الإجمالي، أما التنمية الاقتصادية فهي تعكس التحسن النوعي والكمي في الاقتصاد ويمكن قياسها من خلال ثلاث مؤشرات: مستوى الدخل الفردي، مستوى الصحة، مستوى التعليم، وعلى هذا فالنمو الاقتصادي يمكن قياسه بدقة أما التنمية فلا يمكن قياسها بشكل دقيق، ومن جهة أخرى فلا يمكن أن نتحدث عن تنمية بدون نمو في حين يمكن أن يكون هناك نمو دون أن تحدث أي تنمية كما يحصل في الجزائر، كذلك النمو مرتبط بفترة زمنية محددة بينما التنمية عملية مستمرة، بالإضافة إلى أن النمو ذو بعد اقتصادي في حين التنمية متعددة الأبعاد هدفها تحسين وضعية الأفراد ومن ثم تحقيق الرفاه.

2- مفهوم التنمية المستدامة:

استمرّ مفهوم التنمية بالتطوّر كنتيجة واقعية لتطوّر الفكر الاقتصادي والاجتماعي، حيث لم تعد التنمية بمفهومها التقليدي مقتصرة على الأشياء المادية كالنتائج المحلي ومتوسط دخل الفرد والمتغيرات الاجتماعية كالصحة والتعليم ورفع المستوى المعيشي، الأمر الذي أبعث التنمية عن أي متغيرات تهتم بالموارد الطبيعية مما زاد التهديد للبيئة، بل أصبحت هناك حاجة إلى تنمية لا تهتم بالنمو الاقتصادي فحسب بل في الوقت ذاته بالتنمية البيئية، ولهذا ظهر مفهوم التنمية المستدامة.

كما ذكرنا سابقا فمفهوم التنمية المستدامة طرح لأول مرة في لجنة بروتلاند علم 1987 ومنذ ذلك الحين أصبحت التنمية المستدامة شعارا ومصطلحا ومطلبا مسلما به من قبل المنظمات والهيئات الدولية والإقليمية والمحلية، للوصول إلى الهدف المنشود وهو تحقيق الرفاهية للإنسان في جميع متطلبات الحياة. وقد تعددت وتتنوع التعريفات التي تضمنت شروط وعناصر التنمية المستدامة حيث فاقت 60 تعريفا وهذا بسبب اختلاف هذا المفهوم من بلد إلى آخر ومن باحث لآخر¹، حيث اجتهد الكثير من الباحثين من اختصاصات مختلفة بما يخدم مجالات تخصصهم في تحديد تعريف لها، نذكر منها:

¹ - معتصم محمد اسماعيل، "دور الاستثمارات في تحقيق التنمية المستدامة - سوريا نموذجا"، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2015، ص43.

- "التنمية المستدامة هي عملية التنمية التي تلبي أمانى وحاجات الحاضر دون تعريض قدرة أجيال المستقبل على تلبية حاجتهم للخطر"¹؛
- "التنمية المستدامة نمط من التقدم والرقي يتم بموجبه تلبية حاجات الحاضر دون أن يكون ذلك على حساب الأجيال القادمة أو يضعف قدرتها عن تلبية احتياجاتها الأساسية"²؛
- "هي السعي الدائم لتطوير نوعية الحياة الإنسانية مع الوضع في الاعتبار قدرات النظام البيئي"³؛
- أما مؤتمر منظمة الزراعة والأغذية العالمية FAO قدم تعريف أوسع للتنمية المستدامة بأنها "إدارة قاعدة الموارد وتوجيه عملية التغير البيولوجي والمؤسسي على نحو يضمن إشباع الحاجات الإنسانية للأجيال الحاضرة والمقبلة بصفة مستمرة في كل القطاعات الاقتصادية ولا تؤدي إلى تدهور البيئة وتتسم بالفنية والقبول"⁴؛
- هي تلك التنمية التي "تركز على الإدارة المثلى للموارد للحصول على الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية شرط الحفاظ على نوعية الموارد واستخدام الموارد على أن لا يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل"⁵؛
- "هي تلك التنمية التي تضمن عدم انخفاض نصيب الفرد من الرفاه البشري في المستقبل"⁶؛
- "التنمية المستدامة هي عملية يتناغم فيها استغلال الموارد وتوجيهات الاستثمار ومناحي التنمية التكنولوجية وتغير المؤسسات على نحو يعزز كلا من إمكانات الحاضر والمستقبل للوفاء بحاجيات الإنسان وتطلعاته"⁷.

من خلال ما تم ذكره يمكن أن نقدم تعريف شامل للتنمية المستدامة بأنها تنمية لا تعتمد على أرقام ومؤشرات اقتصادية واجتماعية فحسب وإنما تعمل على إشراك الفرد في خطط التنمية التي تستخدم الموارد الطبيعية استخداماً أمثلاً بطريقة لا تؤدي إلى تدهورها أو تناقص قدراتها لتستفيد منها الأجيال القادمة، فهي تنمية تستلزم منهاجاً متعدد الجوانب لإدارة: الاقتصاد، البيئة، المجتمع.

¹ - موسشيت دوجلاس، مرجع سابق، ص 63.

² - غالب محمود حسين السالم، "واقع وإمكانيات التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية في منطقة طوباس"، رسالة إكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التخطيط الحضري والاقليمي بكلية الدراسات العليا، جامعة نابلس، فلسطين، 2008، ص 29.

³ - عبد لرحمن محمد محسن، "التنمية المستدامة ومتطلبات تحقيقها"، مداخلة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان: استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 15-16 نوفمبر 2011، ص 4.

⁴ - عبد لرحمن محمد محسن، المرجع نفسه، ص 4.

⁵ - معتصم محمد اسماعيل، مرجع سابق، ص 44.

⁶ Atkinson, D. P, "THE Concept Of Sustainable Development", Centre for Social and Economic Research on the Global Environmen, (2002).

⁷ - نصير خلفه، "رهانات تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر بين المتطلبات الداخلية وتفاعلات العولمة". مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، جامعة تيارت، 2020، ص 24.

3- التنمية المستدامة من المنظور الإسلامي:

الإسلام قد سبق العلم الحديث بأكثر من أربعة عشر قرناً في الدعوة صراحة إلى التنمية المستدامة فالشريعة الإسلامية تميزت بمنظومة متكاملة من التوجيهات والتشريعات والمبادئ لحماية ورعاية البيئة بكل أشكالها ومكوناتها فانفردت بتقديم منهج واقعي عملي في هذا المجال.

فكلمة "البيئة" لم ترد في القرآن الكريم ولا في السنة المطهرة، لكن مدلولها كان مرتبطاً دائماً بكلمة الأرض، فقد استخدم القرآن بدلاً من كلمة البيئة مصطلح الأرض للدلالة على المحيط أو المكان الذي يعيش فيه الإنسان، شاملة ما عليها من جبال وسهول، وما فيها من نباتات وحيوانات، وما حولها من كواكب وأجرام.

فالشريعة الإسلامية شمولية للبشرية جمعاء، وهي المنهاج الوحيد الذي يصلح للحياة المستقرة والسليمة في كل مكان وزمان، فمن أشكال المنهاج الصحيح في الإسلام، هو علاقته الحميمة بالبيئة واهتمامه بها، وهذا ما نجده من الأمور الواضحة والملموسة في القرآن والسنة، فقد بينت لنا الأحكام الشرعية كيف يمكن التعامل الصحيح مع البيئة.

وقد حثّ القرآن الكريم المسلم على حماية البيئة والمحافظة عليها، وعدّ الإسلام ذلك واجباً دينياً، وأمر بالتعامل مع البيئة على أنها ملكية عامة يتوجب على المسلم المحافظة على مكوناتها وثروتها ومواردها، وأنّ الأرض وما فيها من نعم الله التي يجب على المسلم شكر الله عليها؛ لتثبت وتستمر ويزيده الله منها، وقد لفت القرآن الأنظار للبعد الجمالي للبيئة، فقال سبحانه وتعالى ﴿ أَفَلَمْ يَنْظُرُوا إِلَى السَّمَاءِ فَوْقَهُمْ كَيْفَ بَنَيْنَاهَا وَزَيَّنَّاهَا وَمَا لَهَا مِنْ فُرُوجٍ * وَالْأَرْضِ مَدَدْنَاهَا وَأَلْقَيْنَا فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ ﴾ سورة ق الآية 6-7 ، كما نهانا عن إلحاق أي ضرر بالبيئة بعدم الفساد في الأرض، فقال تعالى ﴿ كُلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعَثُّوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾ سورة البقرة الآية 60، وفيه أن ما نحياه من سوء الأحوال البيئية فهو بسبب ما اقترفت أيدي البشر من عبث في هذه البيئة وعلى ظهر هذه الأرض.

كما اشتملت السنة النبوية على كثير من التوجيهات والإرشادات التي تحث على حماية البيئة من التلوث، ورسمت منهجاً رائعاً في كيفية التعامل مع البيئة المائية والبرية والجوية.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "المسلمون شركاء في ثلاث: في الماء والكلاً والنار، وثنه حرام"¹، فقد أفاد الحديث أن ما ذكر من الماء والأعشاب وما يوقد به النار مما كان في الملك العام فهو للجميع، لا يجوز لأحد أن يستأثر به لنفسه دون غيره أو يحجزه عن غيره، وعليه فإن المحافظة عليها مسؤولية الجميع، فكما كانوا في الانتفاع منه سواء، فهم في الحفاظ عليه سواء.

¹ - سنن أبي داود: كتاب البيوع: باب في منع الماء (ح3016).

أيضا يبلغ الرسول الكريم غايته في الحثِّ على الزراعة وتعمير الأرض وتشجيرها عندما يقول: "إِنَّ قَامَتْ السَّاعَةُ وَبَدَأَ أَحَدُكُمْ فَسِيلَةً فَإِنْ اسْتَطَاعَ أَنْ لَا يَقُومَ حَتَّى يَغْرِسَهَا فَلْيَفْعَلْ"¹ وفي هذا بالغ الاهتمام من الإسلام بالبيئة.

كما حث الرسول صلى الله عليه وسلم على المحافظة عليها، وحرمة الاعتداء على مكوناتها، والإفساد فيه، وفي الحديث الصحيح الذي قال فيه رسول الله صلى الله عليه وسلم: "الإيمانُ بِضْعٌ وَسَبْعُونَ أَوْ بِضْعٌ وَسِتُّونَ شُعْبَةً، فَأَفْضَلُهَا قَوْلُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَأَدْنَاهَا إِمَاطَةُ الْأَدَى عَنِ الطَّرِيقِ" صحيح مسلم - كتاب الإيمان ح(51).

فالإسلام اهتم بالبيئة والإنسان، فالإنسان هو صانعها ومستخدمها فهو أساس التنمية المستدامة، وقد اقتضت حكمة الله سبحانه أن يسخر كل ما في الكون للإنسان ﴿ أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَاهِرَةً وَبَاطِنَةً ﴾ سورة لقمان الآية 20، لذلك مفهوم التنمية المستدامة من وجهة نظر الدين الإسلامي هي التوازن بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فهي تضبط سلوك الإنسان في تعامله مع موارد البيئة وثرواتها دون إسراف أو تبذير أو إهمال لأنها ليست ملكا للجيل الحالي بل هي ملك للأجيال القادمة (تفاعل ايجابي بين الإنسان والبيئة).

ثالثاً - خصائص التنمية المستدامة وأهدافها:

- تتميز التنمية المستدامة بالخصائص التالية:
- هي تنمية شاملة ومتوازنة وعادلة؛
- هي تنمية مستمرة ومتجددة، كل ما تحقق مستوى معين من التطور تنطلق إلى مستوى أعلى لمرحلة لاحقة وهذا ما يعطيها صفة الاستدامة²؛
- هي التنمية التي تجني الثمار للأجيال الحالية لكن ليس على حساب الأجيال القادمة؛
- هي التنمية الرشيدة دون إسراف أو سوء استخدام؛
- هي التنمية التي تراعي البعد البيئي في جميع مشروعاتها؛
- هي التنمية التي تربط بين الاقتصاد والبيئة والمجتمع؛
- هي تنمية تسعى إلى تلبية متطلبات أكثر الشرائح فقرا في المجتمع والحد من تفاقم الفقر في العالم؛
- هي تنمية تنظر للإنسان كجزء من النظام البيئي، فالموارد الطبيعية ليست ملكا له وحده وإنما هي حق كل الكائنات الحية؛
- هي تنمية عادلة تقوم على فكرة العدالة بين الأفراد والأجيال وبين الشعوب؛

¹ صحيح البخاري: كتاب المزارعة: باب فَضْلِ الزُّرْعِ وَالغَّرْسِ إِذَا أُكِلَ مِنْهُ (ح2152).

² جمال العزاوي فلاح، "التنمية المستدامة والتخطيط المكاني"، دار دجلة للنشر والتوزيع، العراق، 2015، ص56.

- هي تنمية تهتم بدور المجتمع المدني ومنظماته وجميع فئات المجتمع خاصة النساء والأطفال في الأنشطة التنموية بما يساهم في رفع مستوى المعيشة¹.
- أما عن أهداف التنمية المستدامة وغاياتها فهي متكاملة وغير قابلة للتجزئة، وهي عالمية بطبيعتها كما تتميز بـ 17 هدفاً نوضحه في الآتي²:
1. القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان؛
 2. القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة؛
 3. ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار؛
 4. ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع؛
 5. تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات؛
 6. ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع؛
 7. ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة؛
 8. تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع؛
 9. إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار؛
 10. الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها؛
 11. جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة؛
 12. ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة؛
 13. اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره؛
 14. حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام؛
 15. حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام، وإدارة الغابات على نحو مستدام، ومكافحة التصحر، ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي؛
 16. التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة لا يهمل فيها أحد من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية وصول الجميع إلى العدالة، وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات؛
 17. تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

¹ مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، مرجع سابق، ص 84.

² الجمعية العامة للأمم المتحدة، تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030، الدورة السبعون، 21 أكتوبر 2015، ص 18-19.

المطلب الثاني: مبادئ وركائز التنمية المستدامة، والأطراف الفاعلة فيها

إن التنمية المستدامة لا تتعلق فقط بحماية البيئة كما يعتقد الكثير من الناس، فالتنمية المستدامة هي مفهوم عالمي، عند تقاطع ركائز قوية، والتي هي تقليدياً البيئة والمجتمع والاقتصاد، لأن التنمية التي تطلق على نفسها اسم "مستدامة" يجب أن تأخذ هذه الركائز الثلاث بعين الاعتبار بشكل متزامن¹.

أولاً- المبادئ الأساسية للتنمية المستدامة:

حركة التنمية المستدامة تعتمد على ثلاثة أخلاقيات رئيسية تنظم نموذجنا الحضاري الصناعي وتساعدنا على إعادة تصور أسلوب حياة جديد وأكثر استدامة وهي:

- العناية بالأرض: وتعني العمل مع الطبيعة وليس ضدها.
 - العناية بالناس: أي رعاية الناس ومساعدتهم على اكتشاف سبل العيش على نحو أكثر استدامة والتغلب على الفقر.
 - إعادة توزيع الفائض: تكمن في ضبط النفس على النمو والاستهلاك الذي هو جزء مهم في أي نظام مستدام، أي أسلوب العيش الصحيح والدعوة إلى حصص عادلة بين الناس.
- وقد حدد البنك العالمي عشر مبادئ أساسية تقوم عليها التنمية المستدامة، لكن الأمم المتحدة تقرر قانون التنمية المستدامة الذي تحدد فيه ستة عشر مبدأً يجب أن تعتمدها جميع الإدارات والمؤسسات والوكالات الحكومية في مختلف أنشطتها، بحيث تكون تدخلاتها جزءاً من نهج يأخذ في الاعتبار الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البيئية والاجتماعية والاقتصادية، وتتمثل هذه المبادئ الستة عشر فيما يلي²:

- الصحة ونوعية الحياة Santé et qualité de vie؛
- العدالة الاجتماعية والتضامن Équité et solidarité sociales؛
- حماية البيئة Protection de l'environnement؛
- الكفاءة الاقتصادية Efficacité économique؛
- المشاركة والالتزام Participation et engagement؛
- الوصول إلى المعرفة Accès au savoir؛
- التبعية Subsidiarité (تفويض السلطات والمسؤوليات)؛
- الشراكة والتعاون بين الحكومات Partenariat et coopération intergouvernementale؛
- الوقاية Prévention؛
- الاحتياط Précaution؛
- حماية التراث الثقافي Protection du patrimoine culture؛
- الحفاظ على التنوع البيولوجي Préservation de la biodiversité؛

¹ - Les trois piliers du développement durable, Op.cit.

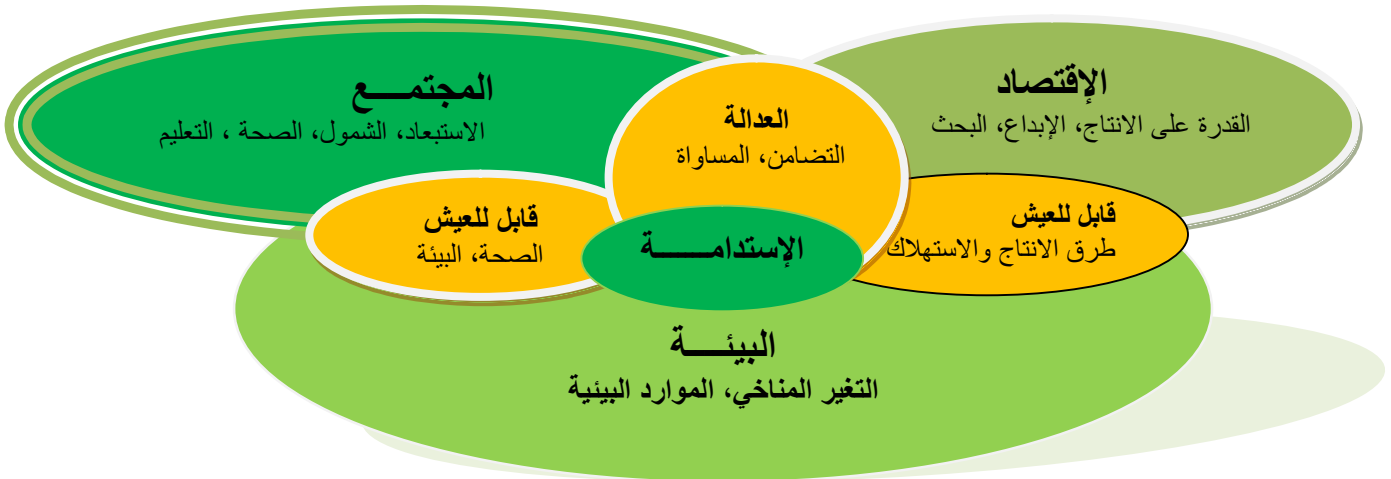
² La Loi sur le développement durable, Les principes Développement durable, Environnement et Parcs, Québec , chapitre 2, Article 6, sur le site: <http://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/principe.htm> consulter le: 22/06/2020

- احترام قدرة دعم النظام الإيكولوجي Respect de la capacité de support des écosystèmes؛
- الإنتاج والاستهلاك المسؤول Production et consommation responsable؛
- الملوث يدفع (الجباية البيئية)؛ Pollueur payeur؛
- دمج التكاليف Internalisation des coûts (تكاليف دورة حياة المنتج+ تكاليف التدوير).

ثانياً- ركائز التنمية المستدامة:

إن التنمية المستدامة تشمل كل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وما يميز هذه الأبعاد أنها مترابطة ومتداخلة ومتكاملة ولا يجوز التعامل معها بمعزل عن بعضها البعض لأنها تتركس مبادئ وأساليب التنمية المستدامة¹، وعادة ما يتم تمثيل هذه الأعمدة الثلاثة في شكل مجالات، ومنطقة تقاطع هذه المجالات هي التي تحدد منطقة التأثير، مما يعطي تمثيلاً لركائز التنمية المستدامة والممثلة في الشكل التالي:

الشكل رقم (11) : ركائز التنمية المستدامة



-Source: Les trois piliers du développement durable, sur le site :

<http://www.natureculture.org/post/les-trois-piliers-du-developpement-durable>, consulter le: 16/06/2020

يوضح الشكل رقم (11) أن التقاطع بين أبعاد الثلاث يحدد لنا الاستدامة التي تمس البيئة

والاقتصاد والمجتمع، حيث أن:

1- **بيئياً:** النظام المستدام بيئياً هو ذلك النظام الذي يجعلنا نفكر بأن موارد الطبيعة ستنفذ وأن نركز على ضرورة الحفاظ عليها وحماية التنوع البيولوجي (الحيوان والنبات)، وتجنب الاستنزاف الزائد للموارد المتجددة وغير المتجددة.

¹- العايب عبد الرحمن، "التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة"، أطروحة الدكتوراه، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011، ص24.

2- اقتصاديا: النظام المستدام اقتصاديا هو النظام الذي يسمح بالمحافظة على مستوى معين من التوازن الاقتصادي بالحصول على سلع وخدمات بصفة مستمرة في ظل احترام المسؤولية الاجتماعية، وتحديد سعر السلع والخدمات بالأخذ بعين الاعتبار العناصر المستخدمة بدءا من التصنيع إلى الاستخدام (الاستهلاك النهائي).

3- اجتماعيا: يكون النظام مستداما اجتماعيا عندما يحقق العدالة في توزيع الثروة ومكافحة الفقر والقضاء على الأوبئة والأمراض بتوفير الرعاية الصحية المناسبة لجميع أفراد المجتمع وخاصة في المناطق النائية، وزيادة فرص التدريب والتوعية بأهمية العلم، والمشاركة الشعبية وتكريس مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي، ومكافحة كل أشكال التهميش والتمييز، ولتحقيق هذه الاستدامة، يستوجب وجود تآلف داخل نفس المجتمع والسهر على توفير نسيج منسجم بعيدا عن التوترات والصراعات السياسية والاقتصادية والايكولوجية التي تشجع على تفاقم اللامساواة¹.

ثالثا - الأطراف الفاعلة في التنمية المستدامة:

إن خطة التنمية المستدامة لعام 2030 التي وضعتها الأمم المتحدة هي ميثاق للناس والأرض، يرافقها في مسيرتها كل من الحكومات والبرلمانات ومنظومة الأمم المتحدة والمؤسسات الدولية الأخرى، والسلطات المحلية، والشعوب الأصلية، والمجتمع المدني، والأعمال التجارية والقطاع الخاص والأوساط العلمية والأكاديمية، والشباب إنانا وذكورا والناس قاطبة، لأن تفاعلهم يمكن من تحقيق التنمية المستدامة، لهذا فالأطراف الأساسية الفاعلة في التنمية المستدامة هي أربعة يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (12): الأطراف الفاعلة في تنفيذ التنمية المستدامة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على خطة التنمية المستدامة لعام 2030، وثيقة مؤتمر قمة الأمم المتحدة، 2015.

¹ - العايب عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 38.

الشكل رقم (12) يوضح أن أهم الأطراف الفاعلة في التنمية المستدامة والمتمثلة أساساً في الدور التنموي للقطاع العام والخاص معاً، وأيضاً في مشاركة المرأة والمجتمع المدني في صنع القرار والتأثير في السياسات.

وفيما يلي شرح لهذه الاطراف:

1- دور المرأة:

تعتبر الأسرة هي القدوة في السلوك الذي يكتسبه الفرد منذ الصغر فإذا كانت الأسرة حريصة على محيطها وبيئته فإن أفرادها سيكونون كذلك، وعندما نتحدث عن الأسرة فنحن نقصد حتماً المرأة، باعتبار المرأة هي نصف المجتمع ومشارك رئيسي في تحقيق رفاهيته ورفع مستوى تعليمه والحفاظ على صحته وصيانة مقدراته والمحافظة على موارده، ولا بد لنا هنا إن نؤكد على أهمية دور المرأة في بناء وتكوين حياة الطفل وبهذا فهي إلى جانب كونها مسؤولة عن نفسها فهي أيضاً مسؤولة عن النصف الآخر في المجتمع «الطفل»، فالتنمية الفعالة في المجتمع هي التي تضمن مشاركة المرأة والرجل على حد سواء في تحقيق الهدف الأساسي للتنمية وهو إيجاد بيئة تمكن الناس بصفتهم الثروة الحقيقية للأمم من التمتع بحياة طويلة وصحية وخلاقه، وعليه فقد اتجه النظر إلى المرأة باعتبارها كياناً مشاركاً في الرافد الرئيسي للسياسات والبرامج والأنشطة التنموية، وتفعيل دور المرأة في التنمية هو جزء من تفعيل دور الشركاء في عمليات التنمية على كافة الأصعدة الإنتاجية وعلى كل المستويات الثقافية والاجتماعية..

ولقد غدت المكانة المركزية للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة في تحقيق التنمية المستدامة أمراً تلقى اعترافاً متزايداً في العقود الأخيرة، ويتجلى هذا الاعتراف في عدد من المعايير والاتفاقيات الدولية، من ضمنها المبدأ 20 من إعلان ريو 1992 بشأن البيئة والتنمية، الذي جاء فيه أن المشاركة الكاملة للمرأة أمراً ضرورياً لتحقيق التنمية المستدامة. وفي إعلان ومنهاج عمل بيجين 2 الذي اعتمده الدول الأعضاء في عام 1995، دُعيت الحكومات إلى إدماج عمل المرأة ضمن السياسات والبرامج الهادفة إلى تحقيق التنمية المستدامة، كما تجسد المكانة المركزية للمساواة بين الجنسين في الوثيقة الختامية لمؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة المعنونة "المستقبل الذي نصبو إليه"، التي اعتمدت في عام 2012، والتي تضمنت اعترافاً بأهمية المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة في ركائز التنمية المستدامة الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية¹.

فالمرأة تعتبر إحدى أهم الأطراف المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والسعي من أجل بيئة نظيفة خالية من الكربون، ولا يقل دورها عن دور الرجل في إيجاد حلول لتحديات تغير المناخ ودعم الجهود من أجل مستقبل مستدام، كما أن تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين المرأة والفتاة يحرز تقدماً نحو تحقيق جميع الأهداف والغايات، فلا سبيل إلى تحقيق كامل الإمكانيات البشرية وتحقيق التنمية

¹ - الجمعية العامة للأمم المتحدة، الدراسة الاستقصائية العالمية عن دور المرأة في التنمية المستدامة، الدورة التاسعة والستون، 14 جويلية 2014، ص 6-7.

المستدامة إذا ظل نصف البشرية محروما من التمتع بكامل حقوق الإنسان والفرص الواجبة له، إذ يجب أن تتمتع النساء بالمساواة في فرص الحصول على التعليم الجيد والموارد الاقتصادية وفرص المشاركة السياسية، فضلا عن المساواة مع الرجال في فرص العمل وتولي القيادة وصنع القرار على جميع المستويات¹.

2- دور المجتمع المدني:

تتمثل مشاركة المجتمع المدني فيما يلي:²

- مشاركة المواطنين بشكل عام التي لا تكون بالضرورة منظمة، وتكون هذه المشاركة فردية أو جماعية من خلال تحركات ومساهمات معينة أو من خلال حرية الرأي وهي تؤثر في مجرى السياسة العامة، وتظهر هذه المشاركة في المنطقة العربية من خلال انتفاضات الربيع العربي وخروج المواطنين إلى الشارع بطريقة غير منظمة تعبر عن معالم المجتمع المدني في هذه البلدان، وقد أكدت التغيرات الجارية في عدد من البلدان العربية الحاجة إلى عهد اجتماعي جديد يضمن الكرامة والمساواة وتكافؤ الفرص.

- مشاركة منظمات المجتمع المدني بما فيها الحركات الاجتماعية المتمثلة في النقابات والاتحادات المهنية واتحاديات أصحاب الأعمال والجمعيات على اختلافها والمنظمات القاعدية (المنظمات غير الحكومية)،

ويلعب المجتمع المدني دورا هاما في تحقيق التنمية المستدامة من خلال³:

➤ **الدور التحويلي:** أي إحداث تغييرات عميقة واستراتيجية في وضع بلد ما أو حتى على صعيد المنطقة مثل التغييرات السياسية التي حصلت بعد أحداث الربيع العربي.

➤ **التأثير في السياسات وصناعة القرار:** لا يقتصر دور المجتمع المدني وفق المنظور التنموي على توفير الخدمات وسد الثغرات في أداء القطاع الحكومي أو القطاع الخاص، بل يتعداها ليشمل المشاركة في صنع القرار والتأثير في السياسات أي شراكة فعلية، ومن الأمثلة على مساهمة المجتمع المدني في صنع القرار: التأثير في الحوار العربي - الأوربي ومخاطبة الشركاء الدوليين والإقليميين من مؤسسات مالية دولية واتحاد أوربي والدول المانحة، وكذلك المبادرة التي قامت بها الجمعيات الشبابية الفاعلة في المجتمع المدني في لبنان بصياغة السياسة الوطنية للشباب عام 2012 والتي اعتمدها مجلس النواب اللبناني نهاية 2015.

➤ **الدور التنفيذي التنموي والخدماتي:** يكمن دور المجتمع المدني ومنظماته وجمعياته في تنفيذ المشاريع على أرض الواقع في تقديم الخدمات الرعائية البسيطة التي تدخل في سياق المقاربة

¹ الجمعية العامة، خطة التنمية المستدامة لعام 2030، وثيقة مؤتمر قمة الأمم المتحدة، 2015، ص8.

² اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، المؤتمر الإقليمي حول: دور المجتمع المدني في المنطقة العربية خطة التنمية المستدامة لعام 2030، أوت 2016، ص7.

³ الإسكوا، المرجع نفسه، ص 8-14.

التنمية المستدامة في خدمة أهداف بعيدة المدى، ومن أبرز الأمثلة على ذلك: المنظمات الإغاثية للاجئين السوريين ببلدان والتي تضم حوالي مائة جمعية وطنية وإقليمية ودولية تنشط في مجال العمل الإنساني والإغاثية، أيضا جهود منظمات المجتمع المدني في الأردن من خلال المعهد الدولي لتضامن النساء في الأردن الذي يعمل على تقديم العون القانوني لتمكين المرأة وتعزيز مشاركتها الاقتصادية، أيضا الجمعية الفلسطينية للطاقة الشمسية والمستدامة التي تعمل على رفع مستوى الوعي في المجتمع الفلسطيني بأهمية الطاقة الشمسية كمورد متجدد ومستدام.

➤ **الدعوة والتعبئة:** يكمن دور المجتمع المدني في رفع الصوت نيابة عن أصحاب المصلحة المغيبيين عن صناعة القرار وبالتالي تتمثل مسؤوليته في الدعوة والتعبئة في ممارسة الضغط على السلطة وتصحيح المسارات وتحقيق التوازن بين المصالح، ولا يمكن لمنظمات المجتمع المدني أن تقوم بهذه الوظيفة ما لم تتمتع بهامش واسع من الاستقلالية إزاء الحكومة والقطاع الخاص، ومن الأمثلة على ذلك الحركة الإصلاحية لمدونة الأسرة في المغرب، الحركات المدنية المناهضة للعنف ضد النساء في مصر، مشروع الإدماج الاجتماعي والاقتصادي للأشخاص ذوي الإعاقة في لبنان.

كما يمكن للمجتمع المدني أن يسلك مسار المسائلة بما فيها المسائلة القانونية، أو المسائلة باستخدام الآليات الدولية برعاية مجلس حقوق الإنسان حيث انطلق العمل بهذه الآلية عام 2008.

3- دور القطاع الخاص:

لقد أصبح دور مؤسسات القطاع الخاص هو الدور المحوري في عملية التنمية وهو ما أثبتته النجاحات التي تحققت للاقتصاديات المتقدمة في هذا المجال، ولذلك فإن الدور جاء بشكل عكسي مع دور القطاع العام في التنمية الاقتصادية التي تحققتا الدول، فمع زيادة دور القطاع الخاص يقل دور القطاع الحكومي ليصبح تشريعيًا في الدرجة الأولى وتذهب المشاركة الكبيرة لدفع عجلة التنمية إلى القطاع الخاص، وعلى المستوى العالمي وفي الدول الصناعية والتجارية الكبرى، أصبح هناك هدف لتحقيق تعاون متوازن وتكامل بين كل من الدولة ورجال الأعمال والمجتمع، أي الحكومة والقطاع الخاص لفائدة المجتمع والاقتصاد، في تحقيق التنمية دون الاعتماد كلية على جهة واحدة والإعفاء الكامل من المسؤولية لجهة أخرى.

فالقطاع الخاص شريك أساسي في الأهداف التنموية، وهذا بحكم ما يمتلك من قدرات مالية واقتصادية ونفوذ تمكنه من مشاركة الحكومة في التخطيط وتنفيذ البرامج والاستثمارات الضخمة والتدخلات الاستراتيجية في الاقتصاد والبنى التحتية، ولقد ظل القطاع الخاص لوقت طويل يضطلع بدور أساسي في الحد من الفقر والتنمية الاقتصادية، وكان دوره يتجاوز مجرد التمويل، فقد تمكنت الشركات الخاصة من خلق 90% من الوظائف (وهي الوسيلة الأكثر فعالية في انتشار الناس من الفقر في العالم النامي)، كما تمكنت من تسهيل تحسين الكفاءة وإدخال التكنولوجيا والإبداع وتوزيع السلع والخدمات والمساهمة في الناتج الداخلي الخام، كما أن تمويل القطاع الخاص لأهداف التنمية المستدامة يمكن أن

يحدث من خلال المؤسسات الاستثمارية المرموقة، بما في ذلك صناديق المعاشات وصناديق الثروة السيادية وشركات التأمين، والتي تمثل معاً تريليونات الدولارات، والتي يجب أن تضع في الاعتبار العوامل البيئية والاجتماعية والإدارية المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة عند اتخاذها لقراراتها.

فالاستثمارات التنموية للقطاع الخاص تؤدي دورها في خدمة المجتمع والمواطن من خلال المشاركة الفاعلة في توفير فرص العمل ضمن ظروف مهنية مناسبة تراعي سلامة الموظف والعامل وأمنه الوظيفي وشروط صحية تراعي المهنة أو الحرفة التي يمارسها وكذلك مراعاة السلامة البيئية لمحيط العمل والمحيط الخارجي.

4- الدور الحكومي:

تعتبر الدولة ومؤسساتها هي المسؤول الأول والمباشر عن تخطيط وصياغة وتنفيذ السياسات الكبرى ووضع الاستراتيجيات في كل القطاعات التي تخدم الاقتصاد، فهي راسمة السياسات وصانعة القرارات. ومن أهم شروط تحقيق التنمية المستدامة هو أن تكون هذه السياسات وما يتبعها من خطط ذات شمولية وتكامل بحيث لا تتعارض قوانين وتشريعات مؤسسة أو وزارة مع غيرها بل على العكس تكون في مجملها ضمن إطار وضع هذه السياسات مراعاة لجوانب ومناحي التنمية المستدامة فلا يتم فصل الجانب البيئي والاجتماعي عن الخطط الاقتصادية!

كما أن الحاجة إلى دفع الاقتصاد إلى الأمام هو أحد أهم دوافع وجود القطاع العام فضلاً عن تنفيذ الاستثمارات الضخمة التي تعجز تراكمات رأس المال الخاص التصدي لها خاصة في قطاعات مثل النقل والطاقة والاتصالات والخدمات الصحية والبيئية والأمنية والدفاعية ضمن البعد القومي والإقليمي والجغرافي، ولذلك كانت ضرورة فعاليات التخطيط والمراقبة والمتابعة مرتبطة بضمان ديمومة التنمية والتي يظهر معها دور القطاع العام كأداة لإحكام الطوق على توجهات الجهود التنموية نحو الاستدامة، بوصفه قطاعاً قوياً ذو طبيعة تنظيمية فاعلة في التجديد والحيوية توفقه لقيادة عملية التنمية وخاصة دور الحكومة في تنمية النظام التكنولوجي لريادة الأعمال، والتحول الرقمي الذي يهتم ببناء مجتمع رقمي واقتصاد رقمي مبني على إنشاء منصات رسمية لإثراء التفاعل والمشاركة المجتمعية الفعلية من أجل تحسين الأداء المجتمعي بكل مكوناته، ليجد القطاع الخاص السند في كنف بيئة تحفظ له مسيرته وتكفل تقدمه وعمله جنباً إلى جنب مع القطاع العام.

بالإضافة إلى الدور الحكومي في سن القوانين والتشريعات كجزء من الجهاز الرقابي فقوانين الاستثمار والتنمية الاجتماعية وقوانين العمل والبيئة وأنظمتها يجب أن تتكامل في رؤية قانونية تمكن من ضبط العملية التنموية ودفعها للأمام بقوانين عصرية تؤكد النهج الشمولي للتنمية.

¹ - عبد الرحمن محمد محسن، مرجع سابق، ص 12.

المطلب الثالث: مؤشرات التنمية المستدامة

لقد تم وضع مؤشرات لأهداف التنمية المستدامة (لكل هدف عدة مؤشرات) التي تتيح لكل دولة إمكانية إجراء مقارنة بينها وبين دول المنطقة الواقعة فيها ومع نظرائها من الدول المنتمية إلى مستوى مماثل من التنمية الاقتصادية الشاملة ومع العالم بأسره، بما في ذلك أفضل الدول وأسوأها أداءً، وتعتبر مؤسسة برتلسمان¹ هي المؤسسة المهتمة بتطوير مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات التي اقترحتها اللجنة الإحصائية التابعة للأمم المتحدة بالتعاون مع شبكة حلول التنمية المستدامة بمعونة أكثر من 50 منظمة دولية، حيث قامت بوضع نظم مؤشرات مختلفة خاصة بكل هدف من أهداف التنمية المستدامة لتشير إلى ترتيب الدولة من الأسوأ النتيجة 0 إلى الأفضل نتيجة 100 لـ 149 دولة كما يقدم التقرير لوحات معلومات عن أهداف التنمية المستدامة يمكن الاطلاع عليها في صفحات الدول، حيث احتلت السويد المرتبة الأولى في مؤشر أهداف التنمية المستدامة بـ 84,5 درجة تليها الدانمرك بـ 83.9 درجة ثم النرويج بـ 82.3 درجة ثم فلندا بـ 81 درجة من مجموع 149 دولة شملها التصنيف².

صُنِّف كل هدف منها إلى اللون الأخضر أو الأصفر أو الأحمر ليشير بذلك إلى ما إذا كانت الدولة قد حققت الهدف بالفعل (الأخضر) أو أنها ما زالت موضع الحذر (الأصفر) أو بعيدة تماماً عن تحقيقه (الأحمر)، وهذا بغية تحديد المجالات التي تتطلب تحقيق المزيد من التقدم.

ولهذا فالمؤشرات الجديدة الموضوعية لقياس التنمية المستدامة تعبر عن إشكالية جديدة ذات تفرعات وامتدادات كبيرة لم تستطع المؤشرات التقليدية تغطيتها وقياسها، لهذا أخذ كل مشروع لإعداد مؤشرات التنمية المستدامة بمقاربات تختلف في شكلها وهندستها لكنها تتفق في المضمون باعتبار الأهداف تمثل برنامجاً عالمياً، وعلى العموم مؤشرات التنمية المستدامة يتم عرضها وفق أربعة أشكال أساسية هي:

1- المؤشرات الاقتصادية: تصنف هذه المؤشرات خصائص الجهاز الاقتصادي للبلد من هيكل وأداء ونمو اقتصادي، ومن أكثر المؤشرات انتشاراً نجد نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي، نسبة الاستثمار الثابت الإجمالي إلى إجمالي الناتج المحلي، نسبة الصادرات إلى الواردات (الميزان التجاري)، التدفقات المتكررة الناجمة عن المساهمة المباشرة للقطاعات الاقتصادية في الناتج المحلي الإجمالي ن نسبة الديون والتضخم.

¹ - مؤسسة برتلسمان: هي أكبر مؤسسة مستقلة خاصة غير ربحية في ألمانيا، أنشأها رينهارد موهن (Reinhard Mohn) سنة 1977 وتمثل نسبة 77.4% من منظمة برتلسمان العالمية، تصف مؤسسة برتلسمان نفسها بأنها مؤسسة تعزز "عمليات الإصلاح" و"مبادئ النشاط الريادي" لبناء "مجتمع موجه نحو المستقبل".، تقدم تقارير عالمية كل سنتين حول عمليات تحول حالة الديمقراطية واقتصاد السوق والإدارة السياسية في 128 بلد نامي حول العالم، تهتم أيضاً بتطوير مؤشرات التنمية المستدامة التي تضعها الأمم المتحدة بالتنسيق مع الخبراء من كل أنحاء العالم .

² - تقرير الأمم المتحدة، "مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات"، جوان 2016، ص 16-37.

2- المؤشرات الاجتماعية: تهتم المؤشرات الاجتماعية بالغايات كما تهتم أيضا بالوسيلة التي تحقق تلك الغايات، لكن تبقى أغلب هذه المؤشرات غير قابلة للقياس مباشرة، تستعمل بشكل شائع كتقريب عكس المؤشرات الاقتصادية، لذلك تتطلب الحذر في استخدامها والوعي بالعلاقات البيئية بينها. ويعتبر مؤشر التنمية البشرية الذي تم إعداده مع بداية تسعينيات القرن الماضي أحد أهم جوانب المؤشرات الاجتماعية للتنمية المستدامة، فهو مؤشر يبرز التقدم في مستوى التنمية البشرية من خلال معطيات اقتصادية واجتماعية ترتبط بالتعليم والصحة والدخل الفردي والتمتع بالحرية السياسية والاجتماعية ومن ثم إتاحة الفرصة في اتخاذ القرارات¹.

3- المؤشرات البيئية: تهتم هذه المؤشرات بمراقبة الوضع القائم ورصد التغيرات التي تحدث على البيئة والموارد الطبيعية سواء كانت ايجابية أو سلبية، إلى جانب وجود مؤشرات بيئية حديثة تعكس الوضع الصحي للنظام الحيوي على كوكب الأرض وتعتبر هذه المؤشرات أداة محاسبية تجعل من التنمية المستدامة عنصرا قابلا للقياس عن طريق قياس الاستهلاك الإنساني من الموارد الطبيعية مقارنة بإمكانية كوكب الأرض على إعادة توليد الموارد المستهلكة بشكل عام²، ويتمثل هاذين المؤشرين في: البصمة البيئية Ecological Footprint والسعة البيولوجية Bio capacity³، حيث تتولى شبكة البصمة البيئية العالمية (GFN) قياس البصمة البيئية لكل دولة⁴، وقد دلت تقديرات البصمة البيئية لعام 2005 أن البصمة البيئية تجاوزت السعة البيولوجية بما نسبته 30% ويطلق على هذا الوضع تجاوز الهدف (Overshoot)، هذا يعني أن الاستهلاك يزيد بـ 30% عن قدرة الكوكب على تجديد الموارد المتاحة مما يعني وجود استنزاف لتلك الموارد، فالحالة المثلى تستوجب أن تكون السعة البيولوجية مساوية للبصمة البيئية وذلك للمحافظة على التوازن البيئي⁵.

¹ رشيد سالمى، هاجر عزى، "واقع وأفاق التنمية المستدامة في الجزائر"، مداخلة مقدمة للمشاركة في الملئقى العلمي الخامس حول: استراتيجيات الطاقات المتجددة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 23-24 أبريل 2018، ص7.

² خميس عبد الرحمن رداد، "مؤشرات البيئية كجزء من مؤشرات التنمية المستدامة"، المؤتمر الإحصائي العربي الثاني بالاشتراك مع المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية والهيئة العامة للمعلومات، ليبيا، أيام 2-4 نوفمبر، 2009، ص88.

³ ندى خليفة محمد علي الركابي، حسن نجح عبد الأمير الحسني، "البصمة البيئية والتخطيط لبلورة الصورة البيئية للمدينة العراقية - مدينة النجف الأشرف نموذجا"، مجلة البحوث الجغرافية، العدد 28، 2019، ص235-236.

⁴ شبكة البصمة البيئية العالمية Global Footprint Network (GFN) هي منظمة دولية تعمل على قياس البصمة البيئية في الكثير من الدول المتقدمة من خلال إعطاء بيانات حول الموارد الطبيعية المتوفرة في الدولة المدروسة، مما يجعل هذا مؤشر مهم في عملية اتخاذ القرار لدى المختصين، وكذلك لديها عدة مكاتب في أمريكا الشمالية وأوروبا وآسيا وتتولى شبكة البصمة البيئية العالمية تحديث حسابات البصمات الوطنية لأكثر من 220 دولة كل سنة. فتقارن بين طلباتها على الموارد والخدمات الإيكولوجية (أي بصماتها) وكمية هذه الموارد والخدمات المتوفرة داخل حدودها أي سعتها البيولوجية.

⁵ خميس عبد الرحمن رداد، مرجع سابق، ص 89-99.

4- المؤشرات المؤسسية والتكنولوجية:¹ تهتم هذه المؤشرات باستخدام وتبني التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مع توسيع أرضية البحث والتطوير والاستثمار فيها، مع إرساء قواعد الشفافية والمسائلة للمؤسسات وعلى كافة المستويات.

المبحث الثاني: الاقتصاد الأخضر أداة لتحقيق التنمية المستدامة

منذ سبعينيات القرن الماضي في سياق الصدمات النفطية والوعي البيئي، أصبح اللقاء بين المسألة البيئية والاقتصادية أكثر وضوحًا، فقد كانت العلاقة متضاربة بشكل بارز في البداية حيث تم التعامل مع النشاط الاقتصادي من وجهة نظر استنفاد الموارد الطبيعية دون الأخذ بعين الاعتبار مخاطر التلوث البيئي، لذا كان ظهور الاقتصاد البيئي استجابة لهذا السعي لأخذ رأس المال الطبيعي في الاعتبار عند التحليل الاقتصادي، حيث يعبر عن العلاقة بين الاقتصاد والبيئة بطريقتين، الأولى بالنظر إلى أن الإنتاج يعتمد على الموارد الطبيعية، أما الثانية من خلال التعرف على التأثير السلبي (التلوث) الذي يولده هذا الإنتاج على البيئة.

ويفترض الاقتصاد الأخضر أن السوق يسمح بدمج هذه العوامل الخارجية السلبية ويجعل افتراض إمكانية استبدال بين رأس المال الطبيعي ورأس المال التقني، من خلال تحديد سعر للخدمات البيئية التي تقدمها الطبيعة وفرض الضرائب على الأنشطة التي تلحق الضرر بالبيئة، وفي هذا المبحث سنحاول التركيز على الاقتصاد الأخضر باعتباره أداة لتحقيق التنمية المستدامة.

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الأخضر، خصائصه وعوامل نشأته

يحظى الاقتصاد الأخضر باهتمام كبير لدى الأمم المتحدة ووكالاتها وهيئاتها وبرامجها المختلفة العاملة في مجال التنمية والبيئة كنموذج جديد من نماذج التنمية المستدامة لمعالجة العلاقة المتبادلة بين الاقتصاد والنظام البيئي الطبيعي.

أولاً- مفهوم الاقتصاد الأخضر:

الاقتصاد الأخضر مصطلح جديد، بدأ استخدامه في الأدبيات البيئية منذ أعوام قليلة، فهذا المصطلح وضعه برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) عام 2008، وتبينته الجمعية العامة للأمم المتحدة في يناير 2009 عندما أصدرت قرارها بعقد مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة أو ما يعرف بمؤتمر ريو +20 عام 2012 في ريو دي جانيرو سنة 2012، وجعلت له عنواناً رئيسياً هو: الاقتصاد الأخضر، حيث تلزم فيه حكومات الدول بتطبيق وعودها في نمو اقتصادي عادل ومستدام.

ووصف الاقتصاد بأنه أخضر لأنه اقتصاد يراعي البيئة والممارسات الرحيمة والصديقة لها ويحد من استنزاف مواردها، فكلمة أخضر توحى بما له علاقة بالبيئة من مشاكل في الهواء والماء والتراب، وهو اقتصاد مناقض للاقتصاد البني (الأسود) الذي يقوم على استخدام الوقود الأحفوري مثل الفحم الحجري

¹-World Bank Group, World Development Indicators 2016, page 122 -123.

والبترول والغاز الطبيعي. فالاقتصاد الأخضر مفهوم نسبي للقيم البيئية لدى الأفراد والمؤسسات والحكومات، وقد حاول العديد من المفكرين تعريفه حيث:

- عرف كارل بوركارت Karl Burkart الاقتصاد الأخضر بأنه "اقتصاد يستند إلى ستة قطاعات رئيسية: الطاقة المتجددة، البناء الأخضر، وسائل النقل النظيفة، إدارة المياه، إعادة تدوير المياه الثقيلة، إدارة الأراضي"¹، لكن هذا التعريف أغفل البعد الإنساني.

- عرّف برنامج الأمم المتحدة للبيئة UNEP الاقتصاد الأخضر بأنه "ذلك الاقتصاد الذي يؤدي إلى تحسين الرفاهية البشرية والعدالة الاجتماعية، ويقلل إلى حد كبير من المخاطر البيئية والنقص التكنولوجي، ويعيد بناء رأس المال الطبيعي كأصل اقتصادي هام ومصدر للفوائد العامة، خاصة بالنسبة للقراء الذين يعتمدون على الطبيعة في سبل عيشهم وأمنهم"².

- الاقتصاد الأخضر هو "أحد النماذج الجديدة للتنمية الاقتصادية السريعة النمو والذي يقوم أساساً على المعرفة الجيدة للبيئة والتي أهم أهدافها هو معالجة العلاقة المتبادلة ما بين الاقتصاديات الإنسانية والنظام البيئي الطبيعي"³.

- يعرف 2008 Chapple الإقتصاد الأخضر على أنه "اقتصاد الطاقة النظيفة، يتكون أساساً من أربعة قطاعات: الطاقة المتجددة (مثل الطاقة الشمسية وطاقة الرياح والطاقة الحرارية الأرضية)؛ المباني الخضراء كفاءة الطاقة تكنولوجية، البنية التحتية كفاءة في استخدام الطاقة والنقل، وإعادة التدوير وتحويل النفايات إلى طاقة، والاقتصاد الأخضر لا يقتصر فقط على القدرة على إنتاج الطاقة النظيفة، ولكن أيضاً التقنيات التي تسمح عمليات الإنتاج الأنظف"⁴.

وعلى هذا نسمي "الاقتصاد الأخضر" كل الأنشطة الاقتصادية الناتجة بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق إنتاج السلع والخدمات التي تسهم في تجنب أو تقليل أو إزالة الإزعاج الذي يصيب البيئة، كما أنه أحد عوامل العدالة الاجتماعية وتحسين رفاهية الإنسان، فهو ينشد التنمية بخطى سريعة ويواجه في ذات الوقت التردّي البيئي، ويدعم التقدم التكنولوجي والأنشطة الإنسانية المتعلقة بمختلف جوانب التنمية، فالاقتصاد الأخضر نظام لا يمكن الوصول فيه إلى الثراء المادي على حساب تنامي المخاطر البيئية والفوارق الاجتماعية.

¹ - محمد عبد القادر الفقي، الاقتصاد الأخضر، المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية POPME، يوم البيئة الإقليمي 24 ابريل 2014، ص5.

² - قاسم شعيب السلطاني، الريف البرازيلي نموذجاً للتنمية في سياق الاقتصاد الأخضر بعد عام 2003، تأليف لورو ماتي، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد 34، العراق، 2019، ص45.

³ - ساندي صبري أبو السعد، وآخرون، "الاقتصاد الأخضر وأثره على التنمية المستدامة في ضوء تجارب بعض الدول : دراسة حالة مصر"، المركز الديمقراطي العربي، 15 يونيو 2017.

⁴ - ثابتي الحبيب، بركنو نصيرة، "دور الاقتصاد الأخضر في خلق الوظائف الخضراء والمساهمة في الحد من الفقر"، مجمع مداخلات المنتدى الدولي حول تقييم سياسات الإقلال من الفقر في الدول العربية في ظل العولمة، أيام 8-9/12/2014 ص92.

ثانياً- الخصائص المشتركة للاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة:

يقوم كل من الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة على ثلاثة دعائم أساسية: المجتمع والبيئة والاقتصاد، تتكافل هذه الدعائم فيما بينها من أجل تحويل النمو التقليدي إلى تنمية متجددة تتصف بالاستمرار والاستدامة، وعلى هذا فكل من الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة يشتركان في مجموعة من الخصائص أهمها:

- الاقتصاد الأخضر وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة ولا يعد بديلاً لها؛
 - الاقتصاد الأخضر ييسر تحقيق التكامل بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية؛
 - ضرورة تطويع الاقتصاد الأخضر مع الأولويات والظروف الوطنية؛
 - يعالج الاقتصاد الأخضر التشوهات التجارية، ومنها مثلاً الإعانات الضارة بيئياً وكذا الضرائب الخضراء؛
 - يركز الاقتصاد الأخضر على كفاءة الموارد وعلى أنماط استهلاك وإنتاج (سلع أو خدمات) مستدامة؛
 - الترويج لتطوير المناطق الصناعية والسياحية لتصبح مناطق خضراء صديقة للبيئة؛
 - الاستخدام الأمثل للموارد وترشيد استهلاكها؛
 - يقوم على فكرة العدالة بين الأفراد والأجيال وفئات المجتمع بما يسهم في تحقيق الرفاهية الاجتماعية؛
 - يهتم بالموارد البشرية والبيئية والاجتماعية ويعمل جاهداً على الاستثمار فيها.
- ثالثاً- عوامل نشوء الاقتصاد الأخضر:

ظهور الاقتصاد الأخضر كان أمراً حتمياً نتيجة الهجوم الكاسح على الموارد الطبيعية مما أدى إلى استنزافها، وفي الوقت الذي ازداد المستفيدون من تدمير هذه الموارد غنى ازداد الفقر لدى أولئك الذين ارتبطت حياتهم بتلك الموارد، وعلى العموم تعددت العوامل المسببة لظهور الاقتصاد الأخضر لكن من المؤكد أنها اجتمعت لتساهم في دعم الأسباب التالية:

1- تزايد مخاطر البيئة:

إن الاقتصاد البني أو الأسود المبني على التنمية المضررة بالبيئة في استخدام الوقود الأحفوري، قد أهمل البعد البيئي في التنمية الاقتصادية، حيث من الصعب الادعاء بأن الأخطار البيئية اليوم يمكن حصرها في نطاق إقليمي معين، وبذلك أصبحت المخاطر البيئية العابرة للحدود ذات تأثير عالمي يهم المجتمع الدولي ككل، وقد كانت أسبابها كثيرة منها النفايات الملوثة من الصناعات الغذائية والمدابغ والمنسوجات وغيرها التي يتم التخلص منها عن طريق الهواء أو عبر الأنابيب للمياه السطحية، واستخدام المبيدات الحشرية في المنتجات الزراعية والأسمدة بالإضافة إلى غاز الميثان الناتج من المواشي والملوثات الصلبة من مخلفات المحاصيل، والغازات المنبعثة من مركبات الديزل وكلها عوامل أدت إلى تلوث الهواء والمياه والتربة التي أثرت على صحة الإنسان وألحقت الضرر بالحيوانات والحياة

البرية والمائية وحتى على السياحة البيئية، وفي ظل غياب متطلبات النظافة الصحية من الصعب علينا الحد من انتشار الأمراض الخطيرة وآثارها، فكل يوم يهلك 3800 طفل من جزاء الأمراض المرتبطة بقلّة الماء الصالح للشرب والأمن للاستهلاك بسبب نقص شروط الصحة العامة، فالتنمية الصحية جزء من ثمار التنمية المستدامة.

ومن أجل تصحيح الاختلال البيئي، تم صياغة مفاهيم اقتصادية جديدة تربط بين الاقتصاد والبيئة، والتي تهدف إلى معالجة العلاقة المتبادلة ما بين الاقتصاديات الإنسانية والنظام البيئي الطبيعي، والأثر العكسي للنشاطات الإنسانية على التغير المناخي، والاحتباس الحراري، وهو يناقض نموذج ما يعرف بالاقتصاد الأسود، حيث يتبنى الاقتصاد الأخضر الطاقة الخضراء التي يتم توليدها بواسطة الطاقة المتجددة، والمحافظة على مصادر الطاقة واستخداماتها كمصادر طاقة فعالة، وفي خلق ما يعرف بفرص العمل الخضراء، والإنتاج الأخضر الذي يشمل الزراعة العضوية وتشجيع المنتجات العضوية والمتاجر الخضراء بالإضافة إلى ضمانة النمو الاقتصادي المستدام.

2- ظهور المستهلك الأخضر Green Consumer:

يمكن تسميته أيضا بالمستهلك البيئي Environmental Consumer والذي أصبح أحد القوى الدافعة والتي تسير جنبا إلى جنب مع عمليات التسويق الأخضر، فهو يعتبر عنصر مشجع وفعال لتحسين الأداء لمنظمات الأعمال وسعيها الجاد نحو تحفيز أعمالها من خلال تقديم منتجات وخدمات تشبع وترضي حاجات ورغبات المستهلك الأخضر بما يتوافق مع توجهاته البيئية، هؤلاء المستهلكين هم الذين يحسون بالمسؤولية البيئية ويتبنون أنماطا سلوكية صديقة للبيئة مما دفع المسوقين إلى الاهتمام بهم، يعتبر هؤلاء المستهلكين الحجر الأساسي نحو تحسين الأداء البيئي للمنظمات التي تمارس التسويق الأخضر وتشير الدراسات إلى أن عدد المستهلكين الأخضر بازياد، حيث تقسر الدراسة ذلك التوجه بأن الجيل الأول الذي تربي على احترام البيئة وإعادة استعمال واستخدام المواد الصديقة للبيئة قد دخل الآن إلى السوق كمستهلك راشد¹، وهنا يبرز الفرق الجوهرى بين المستهلك الاعتيادي والمستهلك الأخضر لأن عددا من المستهلكين يعدون المنتجات الخضراء منتجات غير ضرورية، بينما يراها المستهلكون الأخضر حاجات أساسية لا يمكن الاستغناء عنها فالدافع في سلوكهم الاستهلاكي هو إدراكهم العالي لمشكلات البيئة والموارد وضرورة الحفاظ عليها²، فاهتماماتهم فعلية تصب ضمن توجهات التسويق الأخضر، لذا فالمستهلك أو الزبون الأخضر ذو وعي بيئي عميق لديه قيم يؤمن بها تدفعه ليس فقط إلى عدم استهلاك سلع مضرّة بالبيئة وإنما إلى تجنب حتى شراء منتجات من أي شركة مشكوك في توجهها البيئي، فهو مستهلك رافض لأي ممارسات سلبية تلحق ضررا بالبيئة يضع ممارساته الحياتية تحت مستوى التحكيم والتقييم.

¹ - إباد عبد الفتاح النسور، عبد الرحمن بن عبد الله الصغير، مرجع سابق، ص 154.

² - مصطفى يوسف كافي، "التسويق الأخضر"، مرجع سابق، ص 77.

3- الدور الذي تقوم به الحكومات والمنظمات:

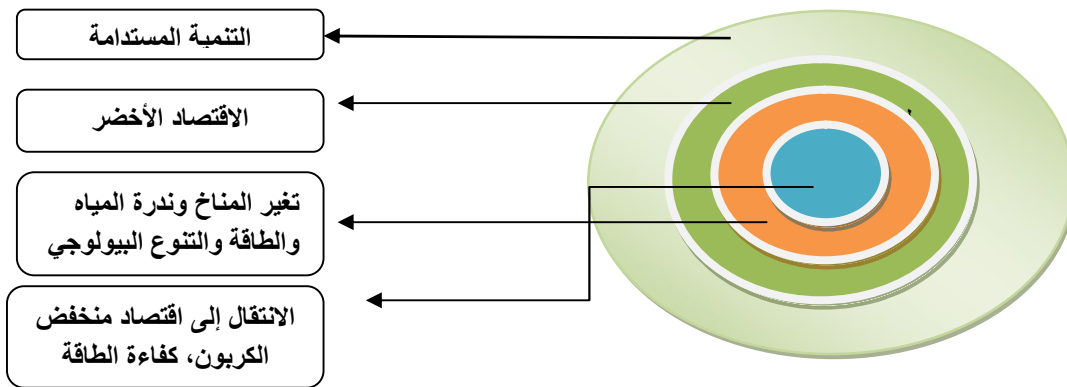
ضمن حركة حماية المستهلك والحفاظ على البيئة واجهت المؤسسة مبدأ تفعيل القيم الاجتماعية والثقافية في النشاط الاقتصادي وتطبيقها في التسويق كنتيجة لتكامل كل من الالتزام النابع من داخل المؤسسة كتوجه بحد ذاته مع الجانب القانوني المفروض، وذلك لأن الاهتمام بقضايا فساد وإتلاف الموارد الطبيعية دفع بالحكومات إلى أن تقوم بدور نشط في تنظيم استغلال هذه الموارد ومواجهة التلوث الحاصل. ويتم ذلك بالأساس من خلال وزارة البيئة كمسؤول مباشر وكذا ممثل للشعب في الحكومة من خلال سلطة القانون، فقد نمت دور الحكومة في الدفاع عن البيئة وعلى المسؤولين تتبع نمو سلطة الجمهور في هذا الاتجاه واستغلال هذا التحول كفرصة، حيث أن عرض منتج ينقص 90% من المواد الأولية أو يوفر نفس النسبة من الطاقة المستعملة أو غير ذلك من الايجابيات لما لذلك من أهمية، فهذا يعني أن المؤسسة تقدم منتجات تحترم البيئة، لذلك عمدت الكثير من الدول إلى تسهيل الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر من خلال إنشاء إطار قانوني تشريعي يستطيع تحديد الحقوق وخلق الحوافز والامتيازات التي تدفع بعجلة النشاط الاقتصادي الأخضر وتزيل كل العقبات أما الاستثمارات الخضراء¹.

المطلب الثاني: أهداف الاقتصاد الأخضر

يهدف الاقتصاد الأخضر إلى الربط بين متطلبات تحقيق التنمية وبين حماية البيئة، وقد أكد مؤتمر ريو+20 على أن الاقتصاد الأخضر هو من أهم الأدوات لتحقيق أهداف الـ 17 للتنمية المستدامة وتعزيز القدرة على إدارة الموارد الطبيعية على نحو مستدام، حيث أكدت تقارير المؤتمر على حتمية الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للاقتصاد الأخضر.

ويمكن أن نوضح علاقة الاقتصاد الأخضر بالتنمية المستدامة في الشكل الموالي:

الشكل رقم (13): علاقة الاقتصاد الأخضر بالتنمية المستدامة



المصدر: يزيد نقرارات، بوطبة صبرينة الاقتصاد الأخضر تنمية مستدامة تكافح التلوث"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، العدد 08، ، ديسمبر 2017، ص563.

¹ - يزيد نقرارات، صبرينة بوطبة، "الاقتصاد الأخضر تنمية مستدامة تكافح التلوث"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، العدد 08، ديسمبر 2017، ص569.

الشكل رقم (13) يبين أن الاقتصاد الأخضر يفسح المجال لحشد الدعم لتحقيق التنمية المستدامة باعتماد إطار مفهومي جديد لا يحل محل التنمية المستدامة، بل يكرس التكامل بين أبعادها الثلاثة، وعليه يمكن القول بأن العلاقة بين الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة هي علاقة الجزء بالكل.

ويمكن تلخيص أهداف الاقتصاد الأخضر فيما يلي:

أولاً- تحفيز النمو الاقتصادي:

يقاس النمو الاقتصادي بإجمالي الناتج المحلي، ولكن في الحقيقة هذا النمو لا يأخذ بعين الاعتبار ما تستنزفه عمليات الإنتاج والاستهلاك من موارد رأس المال الطبيعي إذ يعتمد علي النقص من رأس المال الطبيعي إما بنفاذ الموارد الطبيعية أو جعل النظام البيئي غير قادر علي تقديم المنافع الاقتصادية، وعلى هذا ساد مفهوم خاطئ حول قدرة الاقتصاد الأخضر في تحقيق معدلات النمو الاقتصادي وهي وجود مقايضة حتمية بين الاستدامة البيئية والتقدم الاقتصادي، حيث أن المحافظة على الموارد البيئية تتعارض مع تحقيق الأرباح والتنمية الاقتصادية، وكذلك ساد مفهوم آخر خاطئ وهو أن الاقتصاد الأخضر يحقق رفاهية لا يقدر على تحملها سوى الدول المتقدمة لإدامة الفقر في الدول النامية، لكن برنامج الأمم المتحدة للبيئة في ريو دي جانيرو سنة 2012 قام بإعداد تقرير عنوانه "تحو اقتصاد أخضر" حيث استهدف تنفيذ بعض المفاهيم الخاطئة عن الاقتصاد الأخضر، وإعطاء توجيهات عملية في وقتها المناسب لوضعي السياسات حول الإصلاحات التي يحتاجونها لزيادة الإنتاجية والعمالة، حيث يرى أن هناك أدلة ملموسة توضح أن الاقتصاد الأخضر لا يمنع من بناء الثروة ولا يحجب فرص العمل¹، بل يدرك جيدا قيمة رأس المال الطبيعي ويستثمر فيه، كما أن هناك الكثير من قطاعات دول العالم النامي التي تتم فيها التحولات إلى الاقتصاد الأخضر منها الجزائر، المغرب، تونس، الامارات، الأردن وهي تجارب تستحق المحاكاة والتكرار.

وعلى هذا فالإقتصاد الأخضر يمثل محركا جديدا وفعالا للنمو الاقتصادي من خلال زيادة الاستثمار في رأس المال الطبيعي وخلق الوظائف الجديدة، وزيادة الإنتاجية التي تزيد من معدلات دخل الأفراد حيث يعد استراتيجيه حيوية لاستئصال الفقر المستديم.

كما أن سيناريو نمو الاستثمار الأخضر بمعدل 2% من الناتج المحلي العالمي المحلي يعطي نمواً طويلاً المدى في الفترة من 2011-2050 بمقدار لا يقل ارتفاعاً عن نهج العمل المعتاد المتفائل، مع تجنب مخاطر سلبية كبيرة مثل آثار تغير المناخ، وزيادة ندرة المياه، وفقدان خدمات النظم الإيكولوجية، هذا ما يؤكد أن الاستثمارات الخضراء ستؤدي إلى تسارع عجلة النمو الاقتصادي العالمي وخاصة على المدى الطويل لتتفوق على نسبة النمو التي قد تنتج عن السيناريو السائد².

¹ - محمد عبد القادر الفقي، مرجع سابق، ص15.

² - صيد تونس وآخرون، مرجع سابق، ص113.

ثانياً - خلق فرص العمل والحد من الفقر:

يعرف الفقر بأنه حالة اقتصادية تتمثل في نقص كل من المال والضروريات الأساسية لحياة ناجحة مثل الغذاء، الماء، التعليم والرعاية الصحية، لذا توجد علاقة ترابطية وثيقة بين الفقر وسوء الصحة، وبالتالي فإنه يمكن اعتبار كل منهما سبباً للآخر ونتيجة له في آن واحد، وعلى العموم تبقى الدول الإفريقية الدول الأكثر فقراً في العالم، فحسب مدونة البنك الدولي سنة 2015 فإن نصف فقراء العالم يعيشون في خمسة بلدان فقط: الهند، نيجيريا، جمهورية الكونغو الديمقراطية، وإثيوبيا، وبنغلاديش¹، أما على المستوى العربي فتعتبر اليمن من أشد الدول العربية فقراً، ناهيك عن الفجوة الغذائية حيث سيتجاوز سكان العام تسعة مليار نسمة سنة 2050 و سيزداد الطلب على الغذاء بنسبة 70%، مما يستوجب الاستثمار في الغذاء بما يتجاوز 83 مليار دولار سنوياً وهي معدلات مرتفعة بأكثر من خمسين مرة من معدلات الاستثمار الحالي لمواجهة تحديات توفير الغذاء وهذا بسبب شح الأراضي الزراعية نتيجة الاستخدام المفرط في زراعة الوقود الحيوي فمع نجاح تطوير الجيل الثاني من الوقود الحيوي سيؤدي إلى استغلال 1500 مليون هكتار من الأراضي في زراعة الوقود الحيوي بحلول 2050 وهي مساحة تعادل الأرض القابلة للزراعة في العالم أجمع²، لكن الإستراتيجية التي تعني بالاقتصاد الأخضر تسعى إلى توفير الفرص المتنوعة للتنمية الاقتصادية والتخلص من الفقر وتعود بالنفع على البيئة من خلال:

1- الزراعة: القطاع الزراعي هو القطاع الذي يعتمد عليه معظم الفقراء في العالم، ومن أكثر القطاعات انبعاثاً لغازات الدفيئة، والزراعة هي المستخدم الأكثر للمياه (70%) وملوث كبير لها، إلى جانب أنها سبباً رئيسياً في تدهور التربة وفقدان التنوع الإحيائي³، كما تمثل الزراعة في الدول النامية أحد أهم سبل العيش والرزق للمجتمعات الريفية الفقيرة، لكن يبقى التصدي لهذه التحديات البيئية، يقتضي تدريب المزارعين وتقديم الدعم لهم في اعتماد أساليب زراعية منتجة أقل تأثيراً على البيئة وتحسين ظروف العمل وتوفير السلامة، التي تولد زيادات كبيرة في الحاصل والمداخيل، لاسيما بين صغار المزارعين في البلدان النامية، إذ توفر النظم الأيكولوجية وخدماتها شبكة أمان تحمي من الكوارث والصدمات الاقتصادية، فهناك ما يقارب 525 مليون مزرعة صغيرة في العالم منها 404 مزرعة تزرع أقل من 6 هكتار من الأرض⁴.

2- قطاع الصيد: مصائد الأسماك فهو الآخر يعد قطاعاً أساسياً للتنمية الاقتصادية والبشرية والأمن الغذائي لصالح الملايين من البشر في العالم، وإن تخضير القطاع يتطلب إعادة توجيه هذا الإنفاق العام لتقوية إدارة المصايد، وتمويل تقليل السرعة الزائدة عن طريق إخراج بعض السفن من الخدمة وإعادة التوظيف بصورة عادلة على المدى القصير.

¹- Povcal Net, World Development Indicators, World Economic Outlook, Global Economic Prospects.

²- مقداد عبد الوهاب الخطيب، مرجع سابق، ص 675.

³- مؤتمر العمل الدولي (جنيف 2013)، مرجع سابق، ص 14.

⁴-European Commission Report Brussels, "The Economics of Ecosystems and Biodiversity", 2008.

3- الاستثمار في الموارد الطبيعية: من الأمثلة الجيدة على هذا قانون ضمان التشغيل الريفي القومي لعام 2006 في الهند، وهو نظام حماية اجتماعية وأمن معيشي لفقراء الريف، يستثمر في الحفاظ على رأس المال الطبيعي واستعادته حيث تستفيد منه 59 مليون أسرة ويذهب نحو 84% من هذا الاستثمار للحفاظ على المياه وتنمية الأراضي ونظم الري، أيضا الاستثمار في توفير المياه النظيفة وخدمات الصرف الصحي للفقراء خاصة وأن هناك 884 مليون شخص يفتقرون إلى مياه الشرب النظيفة¹.
فالاقتصاد الأخضر يعمل على خلق فرص عمل أكثر عن طريق الوظائف الخضراء التي تكفل التنوع البيولوجي من خلال تقديم منتجات تستخدم:

- مصادر الطاقة المتجددة كتجهيز المباني مع الألواح الشمسية؛
 - تحد من التلوث وتحافظ على الموارد الطبيعية من خلال الحد من الحاجة إلى الطاقة والمواد الخام؛
 - توفر أجور المعيشة للطبقات الفقيرة فهي وسيلة لتوليد العمل اللائق؛
 - تقدم فوائد صحية من الزراعة العضوية؛
 - إعادة التدوير الأخضر؛
 - تعمل على تطوير العرض الوظيفي وخاصة محليا.
- ويمكن أن نوضح نسبة مناصب الشغل التي يمكن أن ترتفع في ظل الاقتصاد الأخضر في الجدول رقم (02):

الجدول رقم(02): الوظائف المستحدثة في ظل الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر لعام 2050

الاستثمارات في قطاعات الاقتصاد الأخضر	نسبة مناصب الشغل المستحدثة
مصايد الأسماك	18%
الغابات	27%
النقل	10%
المباني	15%
الطاقة	20%
إدارة المخلفات	10%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، مرجع سابق، ص 19-20-21.
 - إدارة التنمية الإقليمية والإدارة العامة بمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.
- الجدول رقم (02) يوضح أن الاقتصاد الأخضر يمثل محركا جديدا للنمو ومولد لوظائف جديدة فهو استراتيجيه حيوية لاستئصال الفقر المستديم.

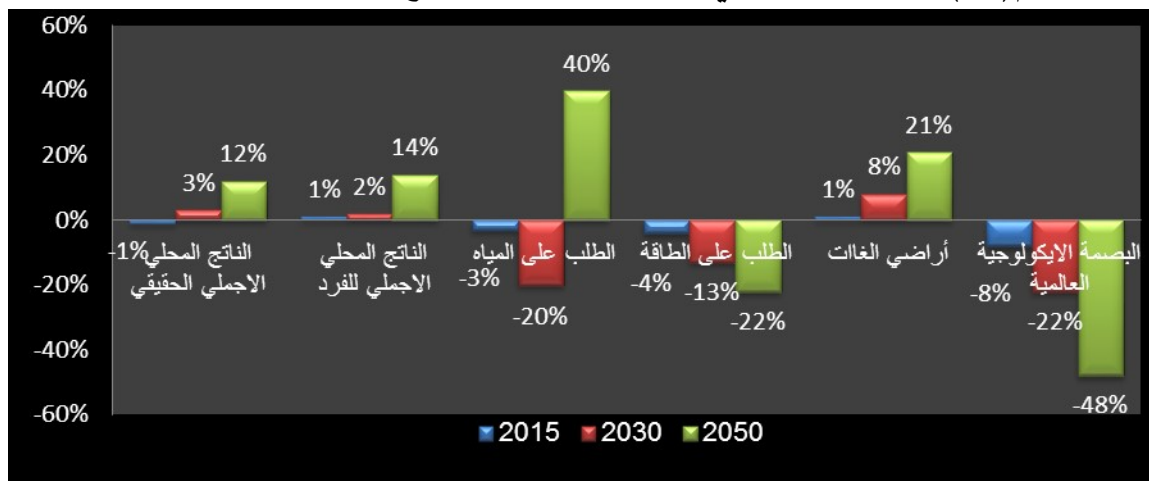
¹ - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، 2011 (UNEP)، مرجع سابق، ص 18.

ثالثاً- تشجيع كفاءة الموارد والطاقات المتجددة:

من المتوقع أن تصل تكلفة التكيف المصاحبة لتغير الطقس من 50 إلى 170 مليار دولار بحلول 2030 والتي ستتحمل الدول النامية أكثر من نصفها، لذلك جاء الاقتصاد الأخضر للحد من الوقود الأحفوري وتشجيع الاستثمار في الطاقات النظيفة، فيما تنمو الاستثمارات في الطاقة المتجددة في ظل الأسواق الحالية بشكل كبير نظراً لقدرتها على النافس، حيث تشير الأرقام التي أعدتها منظمة loomberg NEF، كجزء من تقرير حالة الطاقة المتجددة لعام 2019 الصادر عن الطاقة المتجددة للقرن 21، إذ بلغت الاستثمارات العالمية في مجال الطاقة المتجددة 288.9 مليار دولار أمريكي في عام 2018، حيث تجاوز المبلغ الذي تم إنفاقه على الطاقة المتجددة أكثر بكثير من الدعم المالي للحصول على طاقة الوقود الأحفوري، وكانت الطاقة الشمسية ولا تزال هي محور التركيز الأكبر للاستثمار حيث بلغت 139.7 مليار دولار أمريكي عام 2018.

فالطاقة المتجددة هي من مصادر الطاقة التي لها صفة التجدد والديمومة فهي موجودة في الطبيعة على نحو تلقائي فهي مستمدة من الموارد الطبيعية التي لا تنفذ، كما أنها متوفرة في كل مكان على سطح الأرض ويمكن تحويلها بسهولة إلى طاقة ولا تحتاج إلى تكنولوجيا معقدة وإنما إلى مستوى تكنولوجي في متناول غالبية دول العالم، فهي طاقة تتميز بأنها أبدية ومخلفاتها لا تسبب أي تلويث للبيئة بل هي صديقة للبيئة¹، ومصادر الطاقة المتجددة هي الطاقة الحرارية، الطاقة الشمسية، طاقة الرياح، الطاقة المائية، الطاقة النووية التي هي طاقة بديلة للنفط لكن ليست متجددة، يتم توليدها عن طريق التحكم في تفاعلات انشطار أو اندماج الذرة، تستغل هذه الطاقة في محطات توليد الكهرباء كما توفر للغواصات طاقة نقية تسير بها بدون قطرة غاز، وسنوضح ذلك بأكثر تفصيل في الشكل رقم (14) كمايلي:

الشكل رقم(14): الفرق بين سيناريو الاستثمار الأخضر ونهج العمل المعتاد لبعض المتغيرات



المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على برنامج الأمم المتحدة للبيئة، مرجع سابق، ص 32.

¹ فروحات حدة، "الطاقة المتجددة كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، عدد 11، 2020، ص 149.

حسب الشكل رقم (14) ستخفيض كثافة الطاقة العالمية بنحو 40% بحلول 2030، وكما ذكرنا سابقا فإن نصف المبلغ المخصص للاستثمار الأخضر (1.3 تريليون دولار سنويا) الذي وضعته UNEP في خطة التنمية المستدامة 2030 مخصص لرفع كفاءة استخدام الطاقة في مختلف القطاعات والتوسع في الطاقة المتجددة، وبذلك سينخفض الحجم السنوي لانبعاثات ثاني أكسيد الكربون إلى 20 جيجا طن عام 2050 بدلا من المستوى الحالي البالغ 40 جيجا طن أي إلى النصف، مع تراجع كبير في البصمة الايكولوجية العالمية إلى حوالي -22%، وفيما يتعلق بالطاقة يعود الطلب الأساسي إلى المستويات الحالية بحلول عام 2050 وهو أقل بما يقرب من 22% عما هو متوقع في إطار نهج العمل المعتاد، كما يزداد الطلب على المياه بنسبة 40%، بالإضافة إلى خفض إزالة الغابات بنسبة 21% بحلول عام 2050.

المطلب الثالث: آلية التحول نحو الاقتصاد الأخضر، تكلفته وقياسه

يقوم مخطط الاقتصاد الأخضر على محورين هامين:

- التحديات البيئية التي تعمل على الحد من غازات الدفيئة والحفاظ على التنوع البيولوجي؛
- التحديات الاجتماعية التي تعمل على تحقيق المساواة بين جميع أفراد المجتمع في فرص العمل، وتوزيع الثروات، والامتيازات، وفرص التعليم، والرعاية الصحية وغيرها، حتى يتمتع الجميع بعيش حياة كريمة.

أما عن آليات التحول وتكلفتها نوضحها فيمايلي:

أولا- آلية التحول المطلوب إلى الاقتصاد الأخضر:

عند ظهور مفهوم الاقتصاد الأخضر شابهته الكثير من الإشاعات والمفاهيم الخاطئة ولعل أكثرها انتشارا هو وجود مقايضة حتمية بين الاستدامة البيئية والنمو الاقتصادي حيث يرون أن المحافظة على الموارد البيئية وعلى سلامة البيئة المحيطة تتعارض كلية مع التنمية الاقتصادية وتحقيق الأرباح والعوائد، إلى جانب وجود مفهوم خاطئ آخر يرى بأن الاقتصاد الأخضر هو رفاهية لا يستطيع تحمل أعبائها سوى الدول الغنية¹.

وبالمقابل ثمة تقارير أعدتها منظمات وهيئات دولية تفيد بأن الاقتصاد العالمي قد تضاعف أربع مرات على مدار ربع قرن، واستخدم بطريقة غير مستدامة لنحو 60% من الخدمات والسلع الإيكولوجية التي تعتمد عليها معيشة البشر جميعا، ويُعزى هذا التدهور بالطبع إلى أن النمو الاقتصادي الذي تحقّق في العقود الأخيرة كان على حساب الطبيعة حيث تم استنفاد كل مواردها دون السماح لها بالتجدد مما أدى إلى خسائر واسعة النطاق في النظام الإيكولوجي، فنجد مثلا أن 80% من سلالة الأسماك مستغلة بشكل كبير، أما 20% الباقية هي أنواع رخيصة الثمن، في حين 52% مستغلة بالكامل دون وجود مجال لتوسيعها و20% لا يتيح لها الفرصة في التوالد و8% من السلالة انقرضت، أما المياه الصالحة

¹ - محمد عبد القادر الفقي، مرجع سابق، ص15.

للاستخدام فهي في طريقها للندرة حيث أن إمدادات الماء سوف تلبى 20% فقط من احتياجات العالم سنة 2035 حيث تشير التنبؤات أعلى وجود فجوة متنامية بحلول 2030 بين الطلب السنوي على المياه العذبة وبين الموارد المتجددة، أيضا لا ننكر أن الإنتاج الزراعي يزداد نتيجة لاستخدام الأسمدة الكيميائية، لكنه قلل من جودة التربة، وأخفق في كبح جماح الاتجاه المتزايد لإزالة الغابات الذي بقي بمعدل 13 مليون هكتار من الغابات سنويًا في الفترة من عام 1990 إلى 2005 ولذا فإن الندرة الإيكولوجية تؤثر بشدة في سلسلة القطاعات الاقتصادية بالكامل، التي تمثل حجر الأساس لإمدادات الأغذية للإنسان، مثل مصائد الأسماك، والزراعة، والمياه العذبة، والتي تمثل مصدرًا حيويًا لمعيشة الفقراء مما يؤدي إلى تدهور أوضاع الأمن الغذائي التي تؤثر في القرار السياسي، وتزيد من فعالية استخدام الغذاء كسلاح وتاريخ الاقتصاد السياسي والعلاقات الدولية يثبت ذلك، أيضا تعدد المدن حاليًا مسؤولة عن 75% من استهلاك الطاقة، وعن 75% من الانبعاثات الكربونية¹، كما أنه لا حلول عالمية تساعد على إطعام 9 مليار شخص بحلول 2050 وقد أصبحت ندرة المياه العذبة مشكلة عالمية في حين يعاني ما يزيد عن 2.6 مليار شخص من مشكل الصرف الصحي ولا يزال 884 مليون شخص لا يستطيعون الحصول على مياه الشرب النظيفة.²

كل هذا التدهور الحاصل والمستمر في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية يحتم ضرورة البحث عن نماذج جديدة للتنمية تعتمد على طبيعة العلاقة بين الإنسان والموارد الطبيعية والبيئية المحيطة به، لذلك نشرت إدارة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية UNDESA في جانفي 2009 مذكرة فنية بعنوان نهج عالمي أخضر جديد للمناخ والطاقة والتنمية، فيما نشر مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة في عام 2010 تقريراً بعنوان رؤية 2050 وهو أجندة جديدة للأعمال وقعت عليه 29 شركة كبيرة تشكل جزءاً من المنظمة، وفي عام 2011 أصدر برنامج الأمم المتحدة للبيئة UNEP تقريراً جديداً عنوانه "نحو الاقتصاد الأخضر: الطرق المؤدية إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر" الذي يحدد فيه مسار النمو الاقتصادي حتى عام 2050، كما ناقشت UNEP هذه الوثيقة في مؤتمر ريو +20 عام 2012 التي تغند فيها كل الإشاعات والمفاهيم الخاطئة عن الاقتصاد الأخضر، وتؤكد أن أجندة التنمية الخضراء تسعى إلى تحقيق توازن بين النمو الاقتصادي وحماية البيئة والعدالة الاجتماعية وتوفير أساساً سليماً لمعالجة كل النواقص التي تعاني منها الاقتصاديات العالمية، وهذا لن يتحقق إلا عن طريق الترويج لفكرة الاقتصاد الأخضر، فهناك العديد من القطاعات الخضراء التي تتوافر فيها فرص استثمارية معتبرة بما يصحب ذلك من نمو في الثروة وفرص العمل.³

¹ - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، "نحو اقتصاد أخضر: مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر"، مرجع لوضعي السياسات، 2011 (UNEP)، ص 10-11.

² - UNEP، المرجع نفسه، ص 8.

³ - UNEP المرجع نفسه، ص 9.

لذا فالتحول من اقتصاد بني إلى اقتصاد أخضر يتطلب التدرج وتوفير ظروف ومناخ مناسب واعتناق أفكار جديدة مشجعة لهذا الانتقال، وهذا بالطبع يتطلب تغيير في العقلية والاتجاه والسلوك واللوائح والتشريعات التي تضمن الانتقال السلس نحو اقتصاد يعمل على إرساء سياسة الإعانات والحوافز الضريبية الخضراء التي تستخدم في عمليات دعم الاستثمار الأخضر، وتأهيل المؤسسات الاقتصادية بيئياً، والاستثمار في مجال إدارة المخلفات والنفايات بكفاءة أشكالها عبر إعادة التدوير والاستخدام وتفعيل السياحة البيئية، وخفض انبعاثات الكربون والتوجه نحو التوسع في الطاقة المتجددة وتقنيات البيئة التي ستخلق ملايين من فرص العمل الجديدة حيث تقدر منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية عدد فرص العمل الجديدة في مجال إنتاج وتوزيع الطاقة المتجددة "حتى 2030 بعشرين مليون فرصة عمل، بالإضافة إلى أن فرض الجباية البيئية التي تستند على المبدأ العالمي الملوث يدفع، والتي تعمل على فرض ضريبة على المنتجات والنفايات التي يصاحبها التلوث تعد من أهم المقاربات الدولية لحماية البيئة فهي وسيلة تمكن من تحقيق أهداف النمو الأخضر لإرساء معالم الاقتصاد العالمي الأخضر¹، كما دعت المنظمة في مؤتمر ريو 20+ إلى دعم البلدان المهمة بالانتقال إلى الاقتصاد الأخضر من خلال إيجاد الأنماط الملائمة وتوفير الأدوات والمساعدات والمنهجيات

كما أن التحول إلى اقتصاد أخضر يمكن تفعيله بالوعي البيئي لدى الأفراد والحكومات ومنظمات الأعمال فإذا توفر الوعي البيئي يكون أكثر فاعلية من سن القوانين والتشريعات، فالتخلص من اقتصاد أسود يمكن تحقيقه بالتعاون الدولي والتأزر الوطني والالتزام النابع من القناعة بأهمية الاقتصاد الأخضر، وهي كلها سياسات تشكل ضرورة ملزمة للأمن الاقتصادي والبيئي على حد سواء.

ثانياً - تكلفة الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر:

في ظل مصطلح النمو الأخضر، تعترز منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "السعي لتحقيق النمو الاقتصادي والتنمية" من خلال الحرص على الحد من المشاكل باهظة الثمن: التدهور البيئي، وتغير المناخ، فقدان التنوع البيولوجي والاستخدام غير المستدام للموارد الطبيعية- والهدف هو الجمع بين السياسات الاقتصادية والبيئية التكميلية، من خلال مراعاة المخاطر البيئية التي من المحتمل أن تعرقل التقدم الاقتصادي والاجتماعي وشروط المنافسة داخل الاقتصاد، ومن المفترض أن سياسات النمو الأخضر تفضل التحولات الأساسية وستجعل من الممكن ضمان أن الاستثمار في البيئة يخلق مصادر جديدة للنمو الاقتصادي الأخضر خاصة في فرص العمل المحفزة بالتقدم التكنولوجي أو بتغيير الهيكل الاقتصادي، فإن النمو الأخضر بالمعنى الدقيق الذي تناوله تقرير UNEP الرئيسي لشهر ديسمبر 2011، الذي تم الاستشهاد به كمرجع رئيسي لمفاوضات ريو 2012 يعتمد على إمكانية استبدال المواد الخام بالتقنيات الخضراء التي تزيد

¹ - حراق مصباح، مرجع سابق، ص 74.

من الإنتاجية¹، وتكلفة التحول نحو الإقتصاد الأخضر موزعة على القطاعات في الجدول رقم (03) كمايلي:²

الجدول رقم (03): تكلفة التحول نحو الإقتصاد الأخضر

التكلفة (مليار دولار)	قطاعات التحول	الهدف
365	الطاقة	تطوير الاستثمارات الخضراء للتزود بالطاقة بما يلاءم البيئة ويكافح الفقر.
194	النقل	تطوير النقل النظيف وتأمين بنية تحتية من النقل العام.
134	البناء	تخطيط عمراني أخضر مناسب للمدن وصيدق للبيئة (تنمية عمرانية مستدامة حيث تتوازن المساحات الخضراء مع المساحات المبنية).
134	السياحة	دعم السياحة البيئية المستدامة فضلا عن حماية المنشآت السياحية من الأضرار البيئية.
108	المياه	لتأمين مياه الشرب النظيفة والصرف الصحي لمئات الملايين من البشر.
108	الزراعة	الاستفادة من مياه السقي والحفاظ على خصوبة الأراضي.
108	الصيد	تأمين صيد الأسماك.
76	الصناعة	تحسين كفاءة الإنتاج النظيف.
15	الغابات	تقليل قطع الغابات إلى النصف خلال العشرين سنة القادمة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات برنامج الأمم المتحدة للبيئة، المتحدة للبيئة، " نحو اقتصاد أخضر: مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر"، مرجع لوضعي السياسات، 2011 (UNEP)، مرجع سابق، ص 47.

يوضح الجدول رقم (03) قطاعات التحول نحو الإقتصاد الأخضر وتكلفتها حيث يقترح برنامج البيئة التابع للأمم المتحدة أن استثمارات الإقتصاد الأخضر موجهة في عشرة قطاعات رئيسية هي: الطاقة المتجددة، النقل، البناء، السياحة، الزراعة، صيد الأسماك، إعادة تدوير النفايات، المياه والصرف الصحي، الصناعة، الغابات، ويفترض تمويل هذه الاستثمارات سنوياً بقيمة 2% من الحركة الحالية للاقتصادي العالمي أي حوالي 1,3 بليون دولار أمريكي سنوياً وهي تكلفة التحول نحو الإقتصاد الأخضر.

ويفترض بهذه الاستثمارات أن توفر أساساً في فرص عمل أكثر من تلك التي قد توفرها الاستثمارات في "المشاريع التجارية أو الصناعية المعتادة"، وتبقى الحكومات مسؤولة عن الظروف المهيأة لتسهيل التحول إلى الإقتصاد الأخضر، فالانتقال يتباين بين الدول نظراً لاعتماده على تفاصيل في غاية الأهمية تكمن في: رؤوس الأموال البشرية، ورؤوس الأموال الطبيعية لكل دولة.

ثالثاً - قياس التقدم نحو الإقتصاد الأخضر:

ينطوي الإقتصاد الأخضر على الفصل بين استخدام الموارد الطبيعية وتأثيراتها البيئية وبين النمو الاقتصادي، وهو يتسم بزيادة كبيرة في الاستثمارات في القطاعات الخضراء تدعمه في ذلك إصلاحات على مستوى السياسات، وتتيح هذه الاستثمارات العمومية منها والخاصة الآلية اللازمة لإعادة رسم ملامح

¹ - UNEP, " Lencyclopédie du Développement Durable", Rapport des Nations Unies N° 185 Mars 2013, p7.

² - برنامج الأمم المتحدة للبيئة، 2011 (UNEP)، مرجع سابق، ص 47.

الأعمال التجارية والبنى التحتية والمؤسسات، وهي تفسح المجال لاعتماد عمليات استهلاك وإنتاج مستدامة، وسوف تفضي عملية إعادة رسم الملامح هذه إلى زيادة نصيب القطاعات الخضراء العشر للاقتصاد الأخضر، وارتفاع عدد الوظائف الخضراء واللائقة، وانخفاض كميات الطاقة والمواد في عمليات الإنتاج، وتقلص النفايات والتلوث، وانحسار كبير في انبعاث غازات الاحتباس الحراري.

ورغم أنه سيكون من الضروري قياس التقدم المحرز نحو بلوغ الاقتصاد الأخضر، فإنه من غير المجدي وضع مؤشرات عامة لهذا الاقتصاد تنطبق على جميع البلدان وذلك بالنظر إلى الفوارق في الموارد الطبيعية والبشرية والاقتصادية بينها، ولكن التركيز على عملية التحول إلى الاقتصاد الأخضر يسلم بان البلدان ستسلك سبلاً شتى لبلوغ هذا الهدف، وبأن اقتصاداً أخضر في بلد ما قد يبدو مختلفاً عن نظيره في بلد آخر أين يمكن رصد التقدم والانجازات، عن طريق مؤشرات تقيس رأس المال البيئي أو الاجتماعي أو البشري، مثل البصمة البيئية والسعة الايكولوجية، الحفاظ على الموارد، نسبة التلوث، عدد الوظائف الخضراء، نصيب الموظف من الدخل المتوسط والاقتصادي وتوزيع الدخل وغيرها، التي يسمح فيها بقياس أداء الأنشطة في إطار الاقتصاد الأخضر وبتقدير حجمها بدقة أكثر.

وقد أجرت وزارة التجارة الأمريكية دراسة لتقدير نسبة المنتجات والخدمات الخضراء إلى مجموع الاقتصاد الوطني في سنة 2017، وتراوحت التقديرات بين 1% و 2% من مجموع الأعمال الخاصة، استناداً إلى التصنيفات المحددة والخدمات إذ كانت تحافظ على الطاقة أو الموارد الطبيعية الأخرى، أو إذا كانت تحد من التلوث، كما وضعت الصين دليلاً هو "النواتج المحلي الإجمالي الأخضر"¹، وأطلقت مؤخراً تكنولوجيا الطاقة الجديدة وهي تكنولوجيا قليلة الانبعاث الكربوني في السلسلة الكاملة لتوريد المركبات بغية تحقيق وفورات كبيرة في الطاقة وخفض الانبعاثات في صناعة السيارات، كما فرضت جنوب إفريقيا ضريبة على الأكياس البلاستيكية وعلى المصابيح العادية على مستوى التصنيع وعلى الواردات أيضاً حيث تدر الضريبة الأولى 2.2 مليون دولار سنوياً أما الضريبة على المصابيح فتدر حوالي 3 مليون دولار، كما تتمتع البرازيل بنظام تدوير يضاهاي النظم الموجودة في الدول الصناعة في بعض المواد يدر عليها 6 مليار دولار ويجنبها 10 ملايين طن من انبعاثات الاحتباس الحراري ويوظف حوالي 500 ألف شخص في مجال تدوير المخلفات².

هذا بالإضافة إلى وجود نظام المحاسبة البيئية والاقتصادية SEFA الذي صادقت عليه اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة في فيفري 2012 وهو معيار متفق عليه دولياً، حيث يتم فيه تقييم التغيرات الحادثة في أرصدة رأس المال الطبيعي بقيمة مالية وتدخل ضمن الحسابات القومية، وهناك حكومات عديدة، منها أستراليا والمكسيك والفلبين، تستخدمه أصلاً لتقييم التوازن بين مختلف السياسات ولتقييم أثرها

¹ - صيد تونس وآخرون، "مساعي الدول المغاربية في توجيه الاقتصاد الأخضر لخدمة التنمية المستدامة"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة المسيلة، العدد 5، 2018، ص 114.

² - قرين ربيع، حراق مصباح، "خيار الاقتصاد الأخضر بين فرص النجاح ومؤشرات الفشل في المنطقة العربية"، مجلة العلوم الانسانية، عدد 51، جوان 2019، ص 338.

على الاقتصاد والبيئة والمجتمع، وعلى المنوال ذاته الذي ينظر فيه قطاع الأعمال الخاص إلى الأصول والخصوم في ميزانيته العمومية، فإنّ البلدان قادرة على أن تعتمد على أصولها وثرواتها الطبيعية¹، وكما اتسع استخدام مثل هذه المقاييس كلما أضحّت لدينا مؤشرات أصدق للمستوى الحقيقي لنمو الدخل والأعمال وقابلية النمو، فنظم المحاسبة الخضراء أو محاسبة الثراء الشامل هي أطر متاحة يتبناها عدد محدود من الدول، لكنها تمهد الطريق لقياس الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر على مستوى الاقتصاد الكلي².

المبحث الثالث: التنمية السياحية المستدامة

إذا كان المؤتمر العالمي للبيئة والتنمية الذي انعقد في ستوكهولم سنة 1987 أول من تبنى مفهوم التنمية المستدامة، فإنّ التبنى الفعلي لمفهوم الاستدامة في صناعة السياحة كان في مؤتمر قمة الأرض+5 التي دعت إليه الجمعية العامة الاستثنائية المكرسة للبيئة في دورتها التاسعة عشر المنعقدة في الفترة 17-23 حزيران 1997 بنيويورك، الذي اعتبر التنمية السياحية المستدامة تنمية تحقق منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية لكن في وئام مع الطبيعة، حيث أشار إلى أن هناك إحساس وإلحاح لبذل الجهود لحماية البيئات الطبيعية في المقاصد السياحية.

ففي غياب البيئة النظيفة الجاذبة للسياح فإنّ السياحة نادرا ما تتجح، فللبيئة التي تنمو فيها السياحة أهمية كبيرة في تأكيد مستوى جودة ونجاح تجربة السفر الخاصة بالسائح سواء كانت طبيعية (أرض نبات، مياه) أو كانت من صنع الإنسان، فلا يمكن فهم علاقة التنمية بالبيئة إلا في ضوء المقاربة النسقية التي تستلزم التعاطي مع موضوع البيئة في علاقة جدلية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية، أهميتها، عناصرها ومتطلباتها

تعتبر التنمية السياحية من أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، الثقافية، البشرية، الخضراء، المحلية، الوطنية.. الخ، وهي بدورها متغلغلة في كل عنصر من عناصر التنمية المختلفة، بل تعد مرحلة هامة من مراحل تحقيق هدف أكبر وهو التنمية المستدامة.

أولاً- مفهوم التنمية السياحية:

هناك مفاهيم متعددة للتنمية السياحية نذكر منها:

- التنمية السياحية "تعبّر عن هدف تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية أو عن زيادة الإنتاجية في القطاع السياحي، بالاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية، ويذهب البعض إلى تعريف التنمية السياحية بأنها اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين"³؛

¹ مؤتمر العمل الدولي، "التنمية المستدامة والعمل اللائق والوظائف الخضراء"، التقرير الخامس، جنيف، 2013، ص23.

² يزيد نقرارات، بوطبة صبرينة، مرجع سابق، ص568.

³ مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ألقا لوثائق للنشر والتوزيع، فسنطينة، الجزائر، 2017، ص32.

- تعرف أيضا "بأنها الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وبذلك فهي تتطلب التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع وبالتالي فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية"¹

- وهناك من عرفها على أنها " تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي، أو بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة في الدولة"².

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج بأن التنمية السياحية تشمل كل الجوانب المتعلقة بالطلب والعرض السياحيين والحركة السياحية وتأثيراتها المختلفة، فهي تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والبشرية والمادية التي تؤدي إلى ازدهار الصناعة السياحية، فالتنمية السياحية في أي بلد له مقومات سياحية تتيح له فرص كبيرة في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان مدفوعاته وحسابه الجاري الدال على ثروته من العملات الصعبة.

ثانياً - أهمية التنمية السياحية:

يعد القطاع السياحي من أبرز القطاعات التي تعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، فهو قطاع مولد للقيمة المضافة، نتيجة ما ينفقه السائح على السلع والخدمات السياحية، وتؤكد منظمة السياحة العالمية أن السياحة تساهم بـ11% من إجمالي الناتج المحلي العالمي، كما تتوقع أن تصبح المقبوضات السياحية حوالي 2 تريليون دولار سنوياً بعد سنة 2020.

ويمكن تلخيص أهمية التنمية السياحية في الآتي:

- أداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية على كافة الأصعدة والمستويات؛
- تحسين وضع ميزان المدفوعات من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي، وما تحصل عليه من إيرادات من العملات الصعبة؛
- انتعاش شرائح واسعة من المجتمع، وتوفير فرص عمل مما يخفف من البطالة؛
- تحقيق التنمية المتوازنة بين أقاليم البلد الواحد خاصة وأن المواقع الحضارية والأثرية تتوزع بين مختلف أرجاء البلد مما يعزز التنمية في المناطق الفقيرة بإيجاد عمل وتحسين المستوى المعيشي لأبنائها وتطوير هذه المناطق باعتبارها مناطق جذب سياحي، حيث أضافت التنمية السياحية إلى الرقعة لعمرانية في مصر 12%³؛

¹- صالح بزة، "تحليل استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر - مقارنة السياسات والآليات"، أطروحة الدكتوراه علوم في علوم التجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2016-2017، ص78.

²- وزارة الاقتصاد الإماراتية، "دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليها دولياً"، الإمارات العربية المتحدة، الاصدار الخامس، ص18.

³- مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، مرجع سابق، ص22.

- الارتقاء بالبيئة والحفاظ على مكوناتها ومنع تدهورها أو تلوثها؛
- تنمية وتنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى (النقل، الزراعة، الصناعة) المرتبطة بالقطاع السياحي مما يساهم أيضا في توسيع قاعدة التوظيف فيها؛
- المساهمة في عملية البناء الاقتصادي من خلال الزيادة في الناتج القومي للدولة؛
- تشجيع التبادل الحضاري والثقافي بين الشعوب.

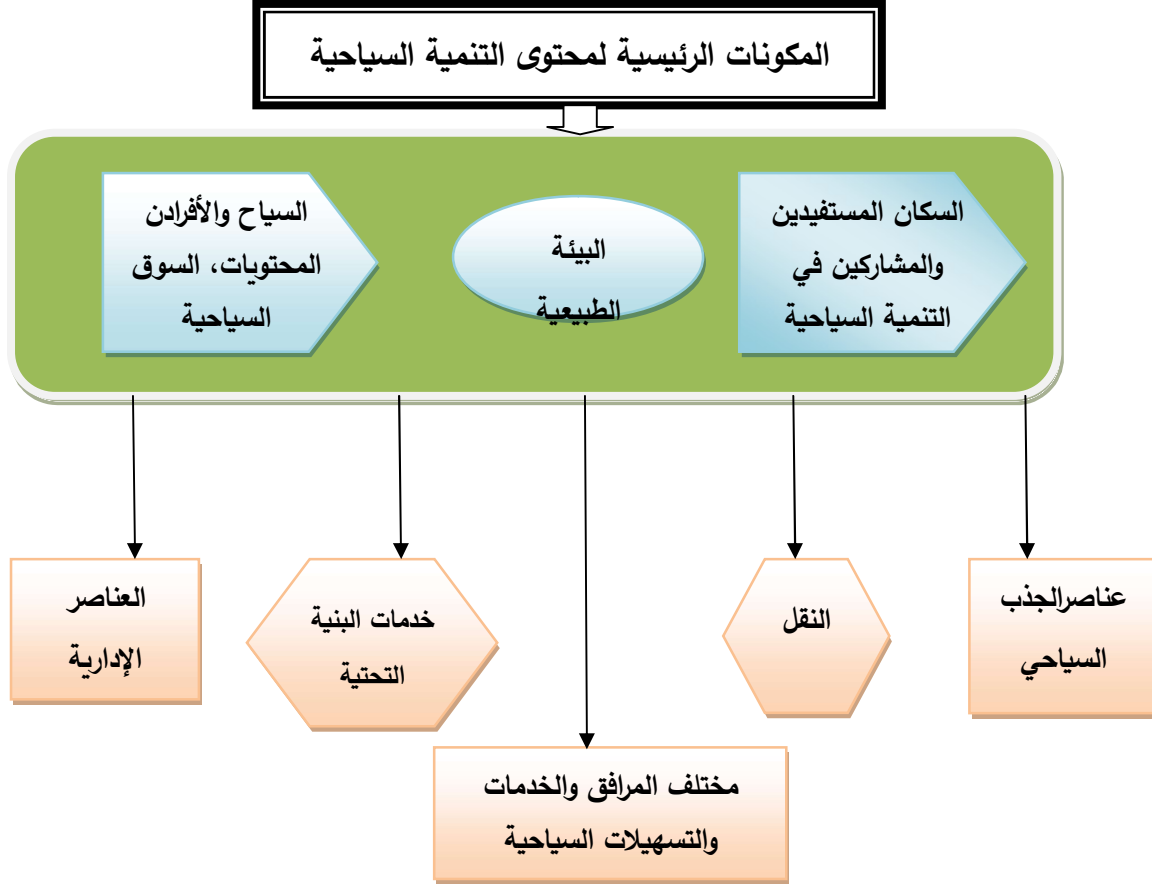
ثالثا - عناصر التنمية السياحية:

تتكون من عناصر عدة أهمها¹ :

- عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية؛
 - النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي؛
 - أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار؛
 - التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك.... الخ؛
 - خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والكهرباء والغاز والاتصالات.
- ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معا.
- ويمكن توضيح عناصر التنمية السياحية في الشكل رقم(15):

¹ - مصطفى يوسف كافي، المرجع نفسه، ص54.

الشكل رقم (15): المكونات الرئيسية لمحتوى التنمية السياحية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، فسنطينة، الجزائر، 2017، ص28.

الشكل رقم (15) يلخص كل عناصر التنمية السياحية من مرافق وخدمات وتسهيلات بالإضافة إلى البيئة الطبيعية والتي تمثل كلها عناصر الجذب السياحي، بحيث يستفيد منها كل من السكان (أصحاب المنطقة) والسياح الوافدين على حد سواء.

رابعا - أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية عدة أشكال منها¹:

- تطوير المنتجات السياحية: حيث يركز هذا النوع من التنمية على سياحة الإجازات والعطل، والمنتجات هي الأماكن التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه، الاستراحة والاستجمام.

- القرى السياحية: هذا الشكل منتشر في أوروبا بشكل كبير جداً كما أنه بدأ في الظهور والانتشار في العديد من الدول، فالحياة في قرية يستهوي سكان المدن حياً في التغيير والبساطة، حيث تقام هذه القرى عادة على الشواطئ، الجبال، الحدائق العامة، المواقع التاريخية والأثرية وغيرها.

¹ مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، مرجع سابق، ص52.

- **منتجات المدن:** يحتاج إقامة هذا النوع من المنتجات وجود نشاط سياحي مميز كالتزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، ومواقع أثرية أو دينية.
- **منتجات العزلة:** يعتبر من أفضل الوجهات السياحية المفضلة في العالم، حيث تتميز هذه المنتجات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشمولها، وعادة ما تكون في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة كالجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.
- **السياحة الحضرية:** وهي توجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث أخذت الكثير من الحكومات على عاتقها تطوير المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية التي يمكن تطويرها مثل المواقع الأثرية والتاريخية.
- **سياحة المغامرة:** وهو نوع موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة معيشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح وفي نفس الوقت خوض تجربة التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية للسكان المحليين.

خامسا - متطلبات التنمية السياحية:

- تسعى الكثير من الدول وخاصة النامية منها إلى تنفيذ مشروعات السياحة كوسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من أجل زيادة الدخل القومي لها، فالتنمية السياحية تحتاج إلى إمكانيات مادية وبشرية وتوافر الجهود والإطار التنظيمي والإداري والقانوني وحتى البيئي الذي يضمن تحقيق النتائج المرجوة من هذه التنمية، لذلك فالتنمية في الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات نذكر منها:
- توفير كل العوامل التنظيمية التي تنظم وتدعم العمل السياحي داخل الدولة، من قوانين وقرارات ورقابة وأمن على المنشآت السياحية؛
 - المحافظة على جمال المواقع السياحية التي تشكل مناطق جذب للسياح؛
 - دراسة الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة؛
 - ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة وإعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الايواء والاستقبال¹؛
 - دراسة السوق السياحي من أجل تحديد نوع السياح الوافدين والعمل على تنوع العروض السياحية وتوفير الخدمات والتسهيلات اللازمة لها (تجنب تكرار نفس المنتج السياحي)؛
 - إدراج القطاع السياحي في أولويات الخطط التنموية الاقتصادية، ولا بد أن ترافق خطة التنمية السياحية خطة التنمية الاقتصادية للدولة؛
 - اعتماد الفحص والبحث في النتائج التي تظهر الاستخدام الأمثل للفرص السياحية المتاحة والأموال التي تنفق لأجل ذلك؛

¹ - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد4، جوان 2016، ص75.

- الاهتمام بصناعة الضيافة من خلال توفير شبكة من الفنادق تتلائم مع كل مستويات الدخل للأفراد فالسياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء فقط، فنصف موارد السياحة تأتي من موارد الفنادق وهذا معناه أنه في حالة زيادة الموارد الفندقية فإن حصة الموارد السياحية سوف تزداد؛¹
- الاهتمام بالإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية كمنصة اتصال هامة لتقديم وتسويق العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الخاصة بالسياحة لفئة أكبر من الجمهور المستهدف؛
- التسويق الجيد للوجهات والمقاصد السياحية لأن التسويق السياحي لا ينقل المنتج إلى السوق بل ينقل السائح إلى المنطقة السياحية لتجربة المنتج وتحفيزه على الشراء؛
- الدعم الحكومي للاستثمارات السياحية، والحوافز التمويلية كمنح القروض والائتمانات الحكومية المدعمة لتغطية المخاطر؛
- ضرورة الرقابة المستمرة للتغيرات البيئية التي تحدث في المناطق السياحية واتخاذ الإجراءات اللازمة.²

المطلب الثاني: التحول نحو السياحة المستدامة

يتم توظيف البيئة من حولنا باعتبارها نمطا من أنماط السياحة التي نلجأ إليها للاستمتاع بكل شيء طبيعي موجود في البيئة البرية أو البحرية، لذا فالعلاقة القوية بين السياحة والبيئة تسمو من أجل جودة الحياة البيئية، لاستعادة التوازن المفقود في الحياة الطبيعية بين ما هو قائم وبين ما يجب أن يكون من توازن.

أولاً- مفهوم السياحة المستدامة:

قبل البحث في موضوع السياحة المستدامة لا بد من التفريق بين السياحة الطبيعية والسياحة البيئية والسياحة المستدامة.

➤ **السياحة الطبيعية:** عرف Mcneely, Thosell & Lascurion عام 1922 السياحة الطبيعية على أنها «السياحة التي تشمل السفر إلى مناطق هادئة بغرض الدراسة والتمتع برؤية الطبيعة ومعايشتها والتعرف على أي تراث أو ثقافة إنسانية متواجدة بها»³.

➤ **السياحة البيئية:** إن مفهوم السياحة البيئية يفرض علينا التوجه نحو تعريف مصطلح البيئة أولاً، فالبيئة هي "مجموعة من النظم الطبيعية والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الإنسان والكائنات الحية، والتي يستمدون منها زادهم ويؤدون فيها نشاطهم"⁴ وتعرف أيضا بأنها "ذلك الوسط أو المحيط

¹- سورية مساني، مرجع سابق، ص100.

²- شرفاوي عائشة، مرجع سابق، ص 24.

³- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص68.

⁴- كمال رزيق، "الجبابة كأداة لحماية البيئة -حالة الجزائر-"، الملتقى الوطني الأول حول اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة، المركز الجامعي المدية، 6-7 جوان 2016، ص15.

الذي يعيش فيه الإنسان مع الكائنات الحية وغير الحية، وتكون هذه العيشة المشتركة متوازنة ومتكاملة ومعتمدة على بعضها البعض دون خلل أو إضرار أو تلوث¹.

أما السياحة البيئية فهي "سياحة مسؤولة وراشدة يحكمها الوعي والعقل والحس بالمسؤولية وليس بالغرائر فقط، فهي ليست مجرد سياحة في البيئة بل سياحة مع البيئة، مع موقف إيجابي مسؤول اتجاهها، وهو دور للوعي والثقافة والالتزام ثم الممارسة"²

ويعرفها الصندوق العالمي للبيئة بأنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل وذلك للإستمتاع بمناظرها ونباتها وحيواناتها البرية وحضارتها في الماضي والحاضر"³.

➤ **السياحة المستدامة:** تعددت تعاريف السياحة المستدامة إذ لا يوجد تحديد متعارف عليه لأنه يجب الجمع والمزج بين عناصرها الثلاثة، لكن تبقى كل التعريفات تشير إلى أن السياحة المستدامة تهدف إلى التقليل من التأثيرات السلبية المصاحبة للنشاط السياحي، ونذكر منها:

"هي الاستغلال الأمثل للمواقع السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة لهذه المواقع على أن يكونوا على علم مسبق بأهمية هذه المناطق والتعامل معها بشكل ودي وذلك للحيلولة دون وقوع أضرار على الطرفين"⁴.

كما تعرف أيضا بأنها "نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، بحيث يتم إدارة المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي للمقصد السياحي"⁵.

من خلال هذه التعاريف نجد أن الفرق يكمن في أن السياحة الطبيعية تحكمها الغاية وهي التمتع والتنزه، أما السياحة البيئية فهي تتعلق بتنفيذ قواعد السياحة المستدامة فهي سياحة مسؤولة تعمل على الحفاظ على جمال وسلامة المقصد السياحي، في حين السياحة المستدامة مفهوم أشمل لأنه يمس كل أنواع السياحة، فهي تلبي احتياجات السياح دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالبيئة، فهي سياحة تضمن المحافظة على قدرة المجتمعات المحلية على الاستمرار والاستفادة وفي الوقت نفسه تضمن استمتاع السائح ببيئة متجددة ونظيفة.

¹ - مدحت أبو النصر، باسمين مدحت محمد، "التنمية المستدامة"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017، ص96.

² - فؤاد بن غضبان، مرجع سابق، ص 89.

³ - حمزة عبد الحليم دراركة وآخرون، "السياحة البيئية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص52.

⁴ - مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، مرجع سابق، ص143.

⁵ - عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-"، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص53.

ثانياً - آليات تحقيق السياحة المستدامة:

تطوير المعروض من السياحة المستدامة لم يتم عن طريق الصدفة، ولكن بعد ظهور الطلب، فالسياحة البيئية هي القطاع الأسرع نمواً في صناعة السفر، فإذا كان القطاع السياحي ينمو بسرعة فيعود ذلك إلى الشكل الجديد الأكثر شعبية للسياحة كما كان متوقعاً وهي السياحة المستدامة التي تمارسها الأجيال الجديدة من السياح نتيجة وعي الناس بأن البيئة والنظم البيئية هشة لذلك فإن الطلب أعمق وأكثر احترماً ليس فقط للكوكب ولكن أيضاً لمن يسكنه، وعلى هذا فالطلب السياحي الجديد هو "طلب وجودي" *demande existentielle* فتطبيق السياحة المستدامة يتطلب تبني مبادئ الاستدامة، فاستدامة السياحة كما هو الحال بالنسبة لاستدامة الصناعات الأخرى تركز على ثلاثة عناصر متداخلة:

- الاستدامة الاقتصادية للسياحة: تعني تحقيق معدلات مستمرة في النمو الاقتصادي، وزيادة الاستثمارات السياحية، وبناء اقتصاد قوي يشمل الجميع.

- الاستدامة الاجتماعية للسياحة: أن يعيش الإنسان حياة كريمة، بالقضاء على الفقر والهشاشة والأمية والجهل، والحد من التفاوت الطبقي والاجتماعي، ومواجهة الأمراض والأوبئة التي تهدد سلامته وصحته، وهذا من خلال ما يمكن أن تحققه السياحة من توفير فرص العمل وتقليل نسب البطالة، والسعي الجاد نحو تحقيق المساواة والإنصاف والعدالة الاجتماعية.

- الاستدامة البيئية للسياحة¹: مستقبل قطاع السياحة يعتمد على حماية الحياة البرية والتنوع البيولوجي، وإحداث التكامل بين مفاهيم البيئة والاقتصاد، وذلك عن طريق حماية البيئة من التلوث والتدمير والاستخدام الجائر للموارد الطبيعية، ولذلك فقد طورت منظمة السياحة العالمية إرشادات وتوجيهات تلزم اتباعها عند رسم سياسة للتنمية السياحية المستدامة كجزء من مبادرات كونية في شكل مبادئ السياحة العالمية *Global Sustainable Tourism Criteria*، وتتضمن مبادئ عالمية عن الحد الأدنى لمتطلبات الاستدامة التي يجب أن تطبقها الفنادق والمنشآت والمنتجات السياحية.

ثالثاً - قواعد السياحة المستدامة:

يمكن تلخيصها في النقاط التالية²:

- تقليل الآثار السلبية للسياحة على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في المناطق السياحية؛
- تثقيف السياح بأهمية المحافظة على المناطق الطبيعية؛
- التأكيد على أهمية الاستثمار المسؤول، والذي يركز على التعاون مع السلطات المحلية من أجل تلبية احتياجات السكان المحليين والمحافظة على عاداتهم وتقاليدهم؛

¹ - صلاح زين الدين، "دراسة لفرص وتحديات التنمية المستدامة في مصر"، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، كلية الحقوق، جامعة طنطا/ مصر ، 26 - 27 أبريل 2016، ص14.

² - ابتسام حوشين، "السياحة المستدامة في بعض الدول العربية"، الحوار المتمدن، العدد 6319، 2019، على الرابط: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=646383&r=0>, consulter le 11 - 07 - 2020

- إجراء البحوث الاجتماعية والبيئية في المناطق السياحية والبيئية لتقليل الآثار السلبية؛
- العمل على مضاعفة الجهود لتحقيق أعلى مردود مادي للبلد المضيف من خلال استخدام الموارد المحلية الطبيعية والإمكانات البشرية؛
- أن يسير التطور السياحي جنباً إلى جنباً مع التطور الاجتماعي والبيئي، بمعنى أن تتزامن التطورات في كافة المجالات لكي لا يشعر المجتمع بتغيير مفاجئ؛
- الاعتماد على البنية التحتية التي تتسجم مع ظروف البيئة، وتقليل استخدام الأشجار في التدفئة، والمحافظة على الحياة الفطرية والثقافية.

المطلب الثالث: التخطيط المستدام للتنمية السياحية

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات التي تخصصها هذه الدول لهذا القطاع باعتباره قطاع اقتصادي هام، فالسياحة ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطاً وثيقاً، كما أن الاهتمام بالسياحة كباعث على التنمية المستدامة أصبح مطلباً اقتصادياً مهماً لتحفيز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية التنمية السياحة وإدارتها على نحو كفوء أحد أهم أهداف منظمة السياحة العالمية، هذا وإن نجاح التنمية السياحية يعتمد على نجاح التخطيط السياحي الذي يعد أسلوباً علمياً يعمل على تحقيق أكبر معدل من النمو السياحي.

أولاً- مفهوم التخطيط السياحي المستدام:

التخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية، لذا ارتبط ظهوره وتطوره ببروز السياحة كظاهرة حضارية سلوكية واقتصادية واجتماعية، وبيئية، فالآثار الناجمة عن النشاطات السياحية على حياة الشعوب والاقتصاديات القومية استدعى ضرورة توجيه الاهتمام إلى ضبط وتنظيم وتقييم هذه النشاطات حتى تحقق السياحة دورها التنموي.

لهذا يعرف التخطيط السياحي بأنه نوع من أنواع التخطيط التنموي، فهو مجموع الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط هذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه¹.

وكما نعلم أن البعد البيئي في التنمية المستدامة يأخذ مكاناً مميزاً فيها، لذا أصبح التخطيط السياحي هو الآخر يأخذ هذا البعد في وضع السياسات التخطيطية، وعلى هذا فالتخطيط السياحي المستدام هو رؤية واعية تعمل كضابط للخطط السياحية التي تستهدف استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام

¹- لرباع الهادي، "التخطيط السياحي ومتطلبات التنمية السياحية المستدامة"، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14، مارس 2016، ص83.

المتوازن والأمن، فهو تخطيط يهتم بالقدرات أو الطاقة البيئية بحيث لا يتعدى استخدام مشروعات التنمية السياحية الخط الحرج الذي يترتب عليه تدهور البيئة¹.

ويفهم مما سبق أن التخطيط السياحي المستدام عملية تنظيمية تعمل على تنمية المواقع السياحية وتنوع العرض السياحي لزيادة الطلب السياحي وهذا بالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والأثرية والدينية والبشرية والمادية بهدف منع الاستخدام الضار للموارد السياحية على البيئة، فهو يرسم صورة تقديرية لمستقل النشاط السياحي في منطقة معينة دون إلحاق أي تلف أو ضرر بيئي فيها.

ثانياً - خصائص التخطيط السياحي المستدام:

أهم ما يميز التخطيط السياحي المستدام بصفة عامة أنه يهتم بالمنتج السياحي والترويج له بطريقة تحقق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية معا ضمن إطار التنمية السياحية المستدامة، كما يتصف التخطيط المستدام بمجموعة من الخصائص نذكر منها²:

- تخطيط مرن ومستمر وتدرجي يقبل إجراء أي تعديل طارئ، يتكيف مع المستجدات؛
- تخطيط شامل لكل جوانب التنمية السياحية سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو البيئية؛
- تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والأثرية ويعمل على صيانتها بشكل مستمر، والحفاظ عليها أطول فترة ممكنة؛
- تخطيط يتعامل مع السياحة كنظام له مدخلات ومخرجات ويتم تقييمه من خلال التغذية الراجعة؛
- تخطيط مرحلي منظم، وواقعي وقابل للتنفيذ لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكان ولا تخرج عن دائرة المتاح؛
- تخطيط مجتمعي يسمح بمشاركة كل الجهات والأطراف الفاعلة بالنشاط السياحي في مختلف مراحله؛
- تخطيط دامج فهو يهتم بمختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي فهو تخطيط شامل لكافة القطاعات.

¹ - بسام سمير الرميدي، يحيى شحاتة الزق، "التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر"، مجلة الاقتصاد والقانون، جامعة القاهرة، العدد 1، جوان 2018، ص 44.

² - لمزيد من التفاصيل أنظر:

- لربيع الهادي، مرجع سابق، ص 85 .

- بسام سمير الرميدي، يحيى شحاتة الزق، مرجع سابق، ص 45.

- شرفاوي عائشة، مرجع سابق، ص 34.

ثالثاً- مبادئ التخطيط السياحي المستدام:

يقوم التخطيط السياحي المستدام على مجموعة من المبادئ التي تعتبر سياسات فعالة تخدم أهداف التنمية المستدامة بشكل عام، وتتلخص أهم هذه المبادئ فيما يلي: - -

1- **مبدأ التخطيط الاستراتيجي:** التخطيط السياحي يكون على أساس استراتيجي، يراعي الإمكانيات المتاحة، والمحيط الذي نتعايش فيه، من هنا انبثقت علاقة الترابط والتفاعل بين التخطيط والإستراتيجية في اعتماد التخطيط الإستراتيجي كآليات عمل في وضع إستراتيجيات فاعلة مع تحقيق التنفيذ المرن لهذه الإستراتيجيات، وأصبح التخطيط الاستراتيجي المعاصر تخطيطاً متعدد الأبعاد والمستويات المرجعية والعلمية والمعرفية، ويتسم بالاستدامة انطلاقاً من وضع الرؤية المستقبلية للمشاريع السياحية وصياغة الأهداف مع متابعة حثيثة أثناء التنفيذ للقيام بالتعديلات المطلوبة في مسار "الخطة" بغية الوصول إلى الغاية المنشودة البعيدة المدى، مع مراعاة الموارد المتاحة والأثر البيئي لكل مشروع سياحي، فالتخطيط الاستراتيجي هو الذي يحدد الملامح لمستقبل التنمية السياحية المستدامة.

2- **مبدأ العدالة الاجتماعية والعدالة بين الأجيال:** هي أحد الدعائم التي تقوم عليها التنمية المستدامة حيث أصبح التخطيط السياحي المستدام يأخذ بعين الاعتبار في خطته تحقيق المساواة بين جميع أفراد المجتمع الواحد من حيث المساواة في فرص العمل، وتوزيع الاستثمارات، والامتيازات، والحقوق، مع ضرورة المحافظة على الثروات الطبيعية وعدم استنفادها حتى يتوفر للأجيال القادمة نفس الفرص لتلبية احتياجاتها مثل الجيل الحالي.

3- **مبدأ الحفاظ على الموارد الطبيعية:** تؤكد كل تقارير المؤتمرات الدولية للتنمية المستدامة أن التنمية اليوم لم تعد أرقام ومؤشرات اقتصادية وإنما تغيرات اجتماعية وترسيخ للمفاهيم والقيم الصحيحة ومشاركة الأفراد في صنع القرارات إضافة إلى بيئة خالية من كل مسببات التلوث وكذلك نشر التعليم وتبني المعرفة من أجل مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي.

4- **مبدأ التخطيط العمراني المستدام¹:** ظهرت فكرة التنمية العمرانية المستدامة في قمة الأرض في ريو ديجنيرو سنة 1992، لكن تعريف هذا المصطلح ظهر في فعاليات مؤتمر جوهانسبورغ سنة 2002 حيث عرفه بأنه «تحسين نوعية الحياة في المدينة ويتضمن ذلك فضلا عن الجانب العمراني: الجانب البيئي، الثقافي، السياسي، المؤسسي، الاجتماعي والاقتصادي دون ترك أعباء للأجيال القادمة نتيجة استنزاف الموارد الرئيسية، إن طموحنا هو التوصل إلى المبدأ الذي يقوم على أساس التوازن بين الموارد والطاقة وكذلك المدخلات والمخرجات المالية التي تؤدي دورا مهما في جميع القرارات المستقبلية لتنمية المناطق العمرانية»

¹ سناء بولقواس، "استراتيجية التخطيط العمراني المستدام ومراعاة البعد البيئي في الحضريّة المناطق"، دراسة تحليلية في أحكام القانون الجزائري، مجلة دراسات وأبحاث في المجلة العربية العلوم الانسانية والاجتماعية، مجلد 10 العدد3، سبتمبر 2018، ص83-

فالتخطيط المستدام يرتبط أيضا بما يعرف بالمدن البيئية المعروفة بالعمران البيئي، الذي يهدف بالتحديد إلى جعل المدن مبنية على مبادئ صديقة للبيئة.

رابعا - أهمية التخطيط السياحي المستدام ومستوياته:

يلعب التخطيط السياحي المستدام دورا كبيرا في توحيد جهود جميع الجهات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي في البلد، وتكمن أهميته في كونه يساعد على:

- رسم السياسات لتحقيق أهداف التنمية السياحية على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد؛
- تنظيم الخدمات العامة على النحو المطلوب في المناطق السياحية؛
- يأخذ بعين الاعتبار العوامل السياسية والاقتصادية والبيئية التي تقرها الدولة حيث يوفر لها أرضية مناسبة لاتخاذ القرارات لتطوير وتنشيط القطاع السياحي؛
- يساعد على وضع الخطط التفصيلية لتحسين وتنويع العرض السياحي في بعض المناطق المميزة وحتى الأخرى التي تعاني تهميشا سياحيا، والأسس التي يتم بها تنفيذ هذه الخطط؛
- الحيلولة دون تدهور الموارد البيئية السياحية وحماية النادر منها.

أما مستويات التخطيط السياحي فقد تكون:¹

1- **على المستوى المحلي:** ويكون التخطيط السياحي في هذا المستوى أكثر تخصصا وتفصيلا

(التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية، التسهيلات، عناصر الجذب، النقل وشبكات الطرق.. الخ)

2- **على المستوى الوطني:** يعتمد التخطيط السياحي على حجم الدولة وحجم الاقليم، و يركز على

برمجة المشاريع في كل مناطق الوطن وكذا السياسات الاستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم.

3- **على المستوى الإقليمي:** يركز التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي على جوانب عديدة

أهمها:

- بوابات العبور وما يرتبط بها من طرق ومواصلات إقليمية لتسهيل الحركة السياحية؛
- كافة الخدمات السياحية من فنادق ومطاعم ومنتزهات ومنشآت؛
- برامج التسويق السياحي، حيث يعد التسويق مجالا هاما للتكامل فيما بين الدول (السياحة البيئية) فيعمل على رفع الميزة التنافسية وتكوين سوق سياحي مشترك وعقد تحالفات في المجال السياحي بين الشركات والوكالات ومختلف الهيئات السياحية.

4- **على المستوى الدولي:** تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل

وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول كما هو الحال في دول الاتحاد الأوروبي، بالإضافة

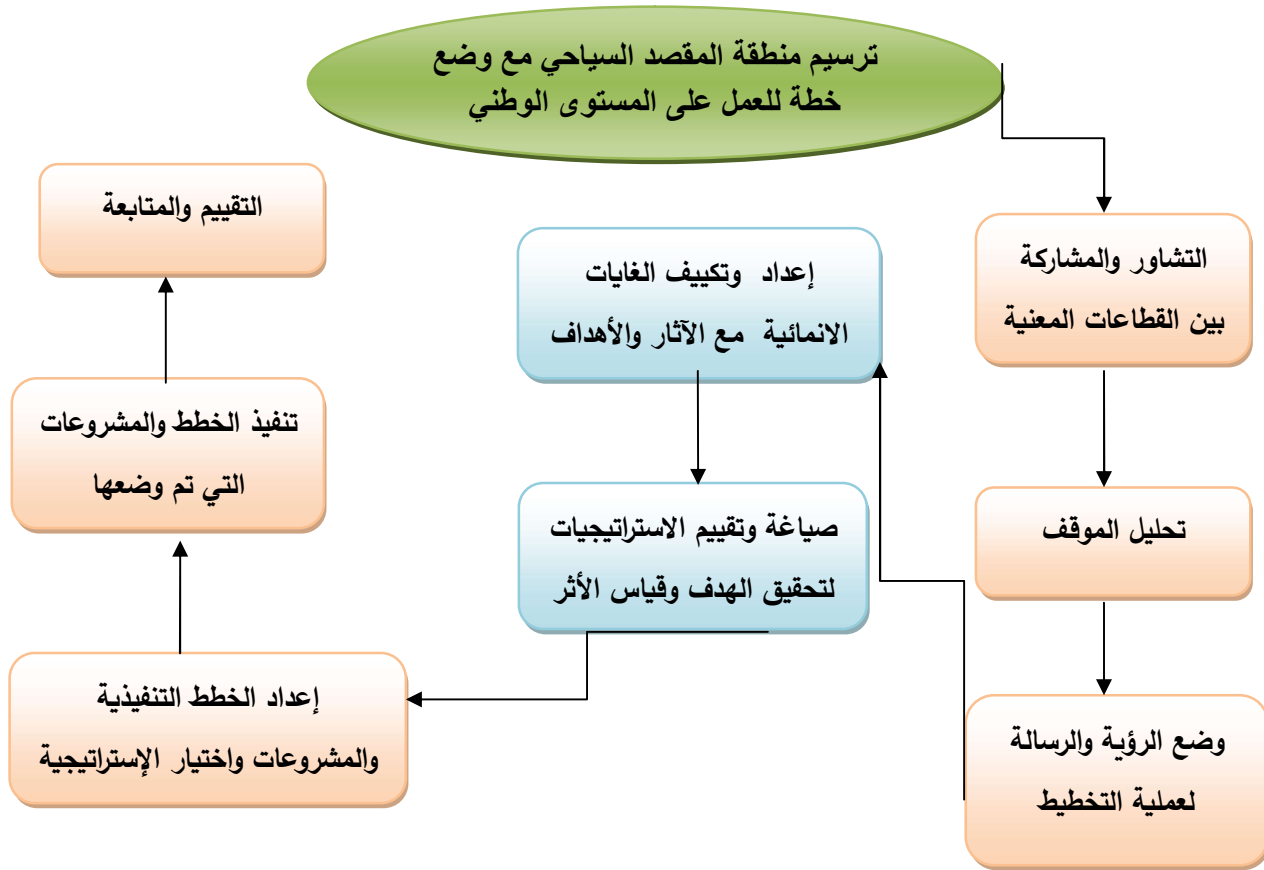
إلى الاهتمام بالترويج لعناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافيا في عدة دول متجاورة كجبال

الألب في أوروبا.

والشكل رقم (16) يوضح مراحل عملية التخطيط السياحي المستدام:

¹ -صورية مساني، مرجع سابق، ص 206-207.

الشكل رقم (16): مراحل التخطيط السياحي المستدام



المصدر: بسام سمير الرميدي، يحيى شحاتة الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، مجلة الاقتصاد والقانون، جامعة القاهرة، العدد 1، جوان 2018، ص 49.

الشكل رقم (16) يوضح أن عملية التخطيط السياحي المستدام تمر عبر مراحل، تتلخص فيما يلي:

- (1) تعيين منطقة الجذب السياحي ووضعها ضمن إطار خطة العمل على المستوى الوطني؛
- (2) مشاركة قطاعات الدولة المرتبطة بالقطاع السياحي والتشاور معها للخروج بالرؤية التي تتناسب مع بيئة المنطقة؛
- (3) صياغة الأهداف؛
- (4) وضع الاستراتيجيات التي تحقق تلك الأهداف مع اختيار الإستراتيجية الأكثر ملائمة لبيئة المقصد السياحي؛
- (5) تنفيذ الخطط التي تم وضعها في إطار الإستراتيجية العامة؛
- (6) متابعة وتقييم تنفيذ الخطة للوقوف على مدى نجاح الأهداف المنشودة.

المبحث الرابع: البيئة والتنمية السياحية المستدامة

تعبر البيئة عن جملة من العناصر والظواهر المرتبطة بعدة علاقات تتفاعل وتتبادل مع بعضها وفق نظام يطلق عليه اسم النظام البيئي، هذا النظام الذي هو وحدة بيئية متكاملة من جزئين هامين جزء طبيعي وجزء بشري، الطبيعي يشمل كل ما يحيط بالإنسان من هواء وماء وتربة وتضاريس وحيوان ونبات، أما الجزء البشري فيقصد به الإنسان وإنجازاته التي أوجدها داخل هذه البيئة الطبيعية بغرض تنظيم استخدامها في إنتاج السلع والخدمات التي تلبى متطلبات وحاجات المجتمع. وقد غدت السياحة اليوم أسلوباً يقوم على التوازن البيئي، فهي تتيح ربط الاستثمارات والمشاريع الإنتاجية للمجتمع مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي والتاريخي للمناطق السياحية وفق معادلة تنموية واحدة وهي التنمية السياحية المستدامة.

المطلب الأول: تقنين أخلاقيات السياحة المستدامة

أولاً- الاتجاهات الحديثة للاهتمام بالبيئة:

البيئة هي قوام النشاط السياحي وهي الأساس الذي ترتكز عليه، فالسياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة وتنمية الموارد البيئية يؤدي إلى إستدامة النشاط السياحي وعدم المحافظة على البيئة يسيء إلى سمعة المقصد السياحي، ومن الاتجاهات الحديثة للاهتمام بالبيئة:¹

- السياحة البديلة وتطبيقاتها (السياحة الطبيعية)؛

- شهادة السياحة الخضراء؛

- شواطئ الراية الزرقا؛

- الفنادق الخضراء؛

- الفندق البيئي؛

- شهادة الإيزو في جودة البيئة؛

- التنمية السياحية المستدامة؛

- تطوير وتطبيق دلائل التنمية المثلى.

ثانياً- المساعي الدولية لتقنين أخلاقيات السياحة المستدامة:

أصدرت منظمة السياحة العالمية WOT تقنين لأخلاقيات السياحة Global Code of Ethics for Tourism الذي يحتوي على 10 مواد صممت لتحديد حقوق ومسؤوليات السائحين والعاملين في مجال السياحة والحكومات والجهات الرسمية، حيث يستمد هذا التقنين قوته من بساطة طرحه للقضايا السياحية لتعزيز الالتزام بأخلاقيات الأعمال السياحية والتعامل مع القضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، كما شكلت WOT لجنة الأخلاقيات السياحية العالمية World Committee on

¹ - وزارة الاقتصاد الاماراتية، " دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليه دولياً"، ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي، الاصدار الخامس، 2017، ص60-61.

Tourism Ethics التي تهتم بالترويج لهذا التقنين وتقييم مدى إلتزام الدول والحكومات بتطبيق مواده ولوائحه¹، ويعتبر أيضا الميثاق الأوربي للسياحة المستدامة European Charter for Sustainable Tourism وسيلة عملية وفعالة لحماية المناطق السياحية من أجل التنمية المستدامة، وإدارة المشروعات السياحية مع الأخذ في الاعتبار احتياجات البيئة الطبيعية والسكان المحليين والمشروعات السياحية. ولم تتوقف الجهود الدولية في سبيل تقنين أخلاقيات السياحة المستدامة بل سمت الأمم المتحدة عام 2017 بالعام الدولي للسياحة المستدامة في سبيل التنمية، وقد تم إطلاق السنة الدولية في مدريد بإسبانيا حيث شارك فيه ما يزيد عن 40 وزيرا للسياحة وعددٍ من كبار المسؤولين من 57 بلدا، هذا الموقف كان فرصة فريدة من نوعها لزيادة التوعية حول الإسهام في السياحة المستدامة في سبيل التنمية، لأن نطاق (مجال) السياحة المستدامة نطاق واسع يتضمن الكثير من عناصر النظام السياحي من القطاع الخاص والعام والمجتمع المدني والمنظمات والأوساط الأكاديمية، بالإضافة إلى السياسات والممارسات والمبادرات التي تحشد جهود جميع المعنيين للعمل معا في جعل السياحة عاملا محفزا للتغيير الإيجابي. وقد قامت الجمعية العامة للأمم المتحدة بدعوة منظمة السياحة العالمية إلى «تيسير تنظيم السنة الدولية للسياحة المستدامة وتنفيذها، بالتعاون مع الحكومات والمؤسسات المعنية في منظومة الأمم المتحدة، والمنظمات الدولية والإقليمية، وغيرها من الجهات المعنية»².

وقد أكدت منظمة السياحة العالمية أنه بمقدور السياحة، متى وُجِدَت السياسات الصائبة، أن تساهم في المساواة بين الجنسين، والحفاظ على النظم الإيكولوجية والتنوع البيولوجي، وحماية التراث الطبيعي والثقافي ناهيك عن تقديم الحلول للعديد من التحديات الضاغطة الأخرى التي يواجهها العالم اليوم. كذلك يمكن للسياحة الشاملة والتشاركية أن تكون حافزا للحوار وأن ترتقي بالتقاهم المتبادل وتدعم الجهود المبذولة نحو بناء ثقافة السلام، وفي سياق جدول الأعمال العالمي لسنة 2030 للتنمية المستدامة وأهداف التنمية المستدامة، تهدف السنة الدولية 2017 إلى التغيير في السياسات، الأعمال، وسلوك المستهلك تجاه قطاع سياحي مستدام يمكنه من المشاركة في أهداف التنمية المستدامة.

حيث سلطت الضوء على دور السياحة في المجالات الخمسة الرئيسية التالية:

- النمو الاقتصادي؛
- الإدماج الاجتماعي، العمالة والحد من الفقر؛
- الكفاءة في استخدام الموارد، حماية البيئة والتغير المناخي؛
- القيم الثقافية، التنوع والتراث؛
- التقاهم المتبادل، السلام والأمن.

¹ -UNWTO: Tourism and the Sustainable Development Goals, 2015.

² - منظمة السياحة العالمية (UNWTO)، "2017 السنة الدولية للسياحة المستدامة في سبيل التنمية"، خارطة طريق للاحتفال معا، 2017، ص4.

ثالثاً- أهمية تقنين السياحة المستدامة:

إن ما يعزز أهمية تقنين السياحة المستدامة هو الارتقاء بدور السياحة في المجالات الخمسة المذكورة آنفاً وعلى هذا يمكن صياغة هذه الأهمية كما يلي:¹

1- أنشطة الدعوة ورفع الوعي:

- الارتقاء بالسياحة المستدامة كأداة للتنمية، والتشجيع على إدماجها التام في الأجندات الإنمائية الوطنية والإقليمية والعالمية، وإبراز وظيفتها كمحفّز للتنمية الاقتصادية والمستدامة؛
- تحفيز النقاش على المستوى العالمي حول مساهمة السياحة في خطة 2030؛
- رفع الوعي لدى كافة الجهات المعنية بما في ذلك السياح حول أثر السياحة والسفر على؛
- المجتمع والبيئة وكيفية إسهام السفر المسؤول في التنمية المستدام؛.
- إدامة رضا السائح كي يستمر في زيارة الموقع ما يضمن سهولة تسويق الموقع ويصون سمعته.

2- خلق المعرفة ونشرها:

- تعميق الفهم لسبل إسهام السياحة المستدامة في المجالات الخمسة في البلدان المتقدّمة والنامية على حد سواء؛
- الارتقاء بأدوات وآليات رصد وقياس الآثار الايجابية والسلبية للسياحة.

3- صنع السياسات:

- تبني أسلوب التخطيط العلمي لتنمية وإدارة السياحة في المناطق المعنية بطريقة لا تولد مشاكل بيئية أو اجتماعية أو اقتصادية؛
- تعزيز السياسات القائمة على تشجيع تبادل الممارسات الحسنة التي من شأنها تطوير وتعميق دور السياحة في التنمية المستدامة؛
- تحفيز التعاون ما بين القطاعين العام والخاص والارتقاء بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

4- بناء القدرات والتعليم:

- صياغة وتنفيذ سياسات تربية تعزز من مساهمة السياحة المستدامة في التنمية؛
- تعزيز تطوير المناهج الدراسية تماشياً مع خطة عمل 2030 للتنمية المستدامة؛
- تمكين النساء والشباب عن طريق بناء المعارف وتنمية المهارات.

¹ - UNWTO 2017، مرجع سابق، ص 6-7.

المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية المستدامة، مبادئها واستراتيجياتها

التنمية السياحية المتوازنة والمستدامة تعتبر من أحدث المفاهيم السياحية، وتشمل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق التوسع المستمر والمتوازن في الموارد السياحية، وهذا ما سنوضحه فيما يلي:

أولاً- مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية المستدامة:

تعددت المفاهيم حول التنمية السياحية المستدامة، نذكر منها:

- "هي تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل، أو داخل أي إقليم تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية"¹؛
- هي التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة المحلية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية معا لإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الايكولوجية ومقومات الحياة الأساسية²؛
- "تعريف منظمة السياحة العالمية UNWTO للسياحة المستدامة على أنها منظومة سياحية تأخذ في الحسبان الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في المجتمعات المضيفة للسياح؛ لذلك فان التنمية السياحية المستدامة يجب أن تعمل على الاستخدام غير الجائر للموارد الطبيعية والثقافية، والأخذ في الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل"³؛
- كل التعاريف السابقة تؤكد أن مستقبل قطاع السياحة يعتمد على حماية البيئة وإحداث التكامل بين مفاهيم البيئة والاقتصاد، وهذا بالاستخدام الأمثل لكل موارد السياحة حتى تحقق منافع وفوائد لجميع الأطراف سواء السائحين أو المناطق المضيفة على المدى البعيد، فالتنمية السياحية المستدامة تقوم على ثلاث عناصر أساسية:

- إشباع حاجات السياح الحاليين والمستقبليين؛
 - المحافظة على الموارد السياحية وديمومتها؛
 - تعظيم مشاركة المجتمع المحلي في التنمية السياحية.
- فالتنمية السياحية المستدامة ينظر إليها كمنهج بديل للتنمية التقليدية، ويمكن أن نوضح الفرق بينهما في الجدول رقم (04) كمايلي:

¹- صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص13.

²- محمد ابراهيم عراقي، فاروق عطا الله، "التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر- دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية-"، المعهد العالي والفنادق والحاسب الآلي، ورقة بحثية، مصر، 2007، ص4.

³- صلاح زين الدين، المرجع نفسه، ص14.

الجدول رقم 04: المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية

التنمية السياحية المستدامة	التنمية السياحية التقليدية
مفاهيم عامة	
تنمية تتم على مراحل	تنمية سريعة
لها حدود وطاقة استيعابية معينة	ليس لها حدود
طويلة الأجل	قصيرة الأجل
سياحة الكيف	سياحة الكم
تعظيم مشاركة المجتمع المحلي في التنمية السياحية	عدم اشراك المجتمع المحلي في عملية التنمية
استراتيجيات التنمية	
تخطيط ثم تنمية	تنمية دون تخطيط
مراعاة شروط البيئة قبل أي عملية انشاء	التركيز على انشاء وحدات سياحية
أنماط معمارية خضراء	مباني حضرية تقليدية
تتسم بالعدالة في توزيع منافع التنمية السياحية في الحاضر والمستقبل وعلى جميع المشاركين	أهداف أنية تركز على الحاضر
خطط التسويق السياحي لجذب أكبر عدد من السياح	عدم وجود نظام مبرمج لزيادة جذب السائحين
خطط وأهداف تركز على مفهوم الاستدامة	خطط تعتمد على المردود الاقتصادي
مواصفات السائح	
أفراد ومجموعات صغيرة فقط	أعداد كبيرة من السياح
فترات إقامة طويلة	فترات إقامة قصيرة
تكرار الزيارات أكثر من مرة لنفس المكان	على الأغلب زيارة واحدة للمكان
مستويات ثقافية أكثر وعياً بالبيئة وبكل ما هو أخضر	مستويات ثقافية مختلفة

المصدر: محمد ابراهيم عراقي، فاروق عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر - دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية - المعهد العالي والفنادق والحاسب الآلي، ورقة بحثية، مصر، 2007، ص5.

الجدول رقم (04) يوضح أن التنمية السياحية المستدامة تمثل الاستخدام الأمثل للموارد البيئية والاقتصادية والاجتماعية داخل المواقع السياحية دون المساس بها، لضمان قدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها والاستجابة لمتطلباتها التنموية، فهي تنمية تعتمد على استراتيجية التخطيط.

ثانياً - مبادئ التنمية السياحية المستدامة:

تحقيق التنمية السياحية المستدامة يتطلب جملة من الإجراءات والمبادئ التي من شأنها إنجاح المواءمة بين رغبات ونشاطات السياح من جهة وحماية الموارد البيئية والنظم الاجتماعية وتعظيم الفوائد الاقتصادية من جهة أخرى، ويمكن حصرها في مايلي:¹

¹ - لمزيد من التفاصيل أنظر:

- ابتسام حوشين، "السياحة المستدامة في بعض الدول العربية"، مرجع سابق.

- ناصر عباسي، "السياحة المستدامة"، 1/10 /2011، على الرابط:

- سن القوانين والتشريعات ذات العلاقة بحماية البيئة على أن تأخذ في الاعتبار ضرورة النظر لمكونات البيئة السياحية كوحدة واحدة أي كنظام بيئي متكامل غير قابل للتجزئة؛
- إيجاد أنظمة وقوانين تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتوفير الأمن والحماية بدون إحداث أضرار بالبيئة؛
- تحديد القدرة الاستيعابية للمواقع السياحية بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية وتقادي الازدحام وخاصة في المواقع الأثرية والتاريخية حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والثقافية ويعرضها للضرر؛
- التوعية والتثقيف البيئي للسكان المحليين بأهمية المحافظة على البيئة، فغالبا ما يكون هؤلاء سببا في التخريب والتدمير البيئي لدواعي مادية مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد على أهمية ذلك؛
- توفير مشاريع مدرة للدخل للسكان المحليين، مثل الصناعات الحرفية التقليدية ومرافقة الحيوانات لنقل السياح وتشجيع الزراعة العضوية فضلاً عن العمل كمرشدين سياحيين؛
- تعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالقطاع السياحي لإنجاح إقامة المحميات الطبيعية والتراثية وإدارتها من قبل كوادر بشرية مؤهلة، واعتماد السياحة البيئية كوسيلة ملائمة لتسويقها وكنمط من الأنماط السياحية التي يمكن من خلاله تحقيق التنمية السياحية الشاملة المستدامة؛
- الطاقة الاحتمالية النباتية والحيوانية، وهي تعتمد على الحد الأعلى من السياح الذين يفترض وجودهم بدون التأثير على الحياة الفطرية، وهي تعتمد على جيولوجية المنطقة والحياة الفطرية وطبيعة الأنشطة السياحية؛
- ضرورة توفر خطط سنوية وموازنات محده وإدارات موقعه لكل موقع سياحي أو اثري بحيث يكون مدير الموقع مسؤول عن تطبيق الخطة وإدارة الموظفين.

ثالثاً- إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة ومعوقاتها:

تقوم إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة على ضرورة إدراك صانعي القرار في الحكومات أنه يجب تحقيق التوازن بين الاحتياجات التنموية الاقتصادية والمتطلبات الاجتماعية والبيئية، فتأمين استدامة السياحة يتطلب وجود إدارة رشيدة لتأثيرات السياحة على كافة الأصعدة ودراسة بتطور أحوال البيئة بالاعتماد على مؤشرات بيئية وتحسين جودة المنتج السياحي وأسواق السياح، فضلا عن المراقبة والمتابعة المستمرة واتخاذ التدابير العاجلة حالما تنشأ المشاكل وعلى العموم تتلخص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة لأي دولة في خمس محاور رئيسية¹:

- (1) الرؤية: تقوم على ما يمكن أن يكون عليه المستقبل السياحي الأفضل؛
- (2) الغايات: تحديد أهداف المخرجات من عملية التخطيط السياحي؛

¹ - إبراهيم خليل بظاظو، "السياحة البيئية وأسس استدامتها"، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص232.

- (3) **الأهداف:** وضع معايير الأداء واستهداف تحقيق التنمية بالنشاطات آفاق تطورها؛
- (4) **البرامج:** وضع السبل لتحقيق غايات اقتصادية تنموية، التي يجب أن تكون مقيدة زمنيا ويمكن قياسها؛
- (5) **خطوات العمل:** يجب أن توضع البرامج ذات الأولوية بالمناطق السياحية ومن ثم تحديد تكاليفها. أما العراقيل فهناك الكثير من التحديات التي ما تزال تواجه التنمية السياحية ينبغي مواجهتها، والتي يمكن حصرها في:
- الافتقار إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وعدم وضوح الرؤية السياحية؛
 - ضعف موقع السياحة في خطط التنمية مما يقلل وباستمرار من أهميتها في إطار تواضع الغلاف المالي المخصص للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة أو المخطط لها؛
 - غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي؛
 - تواضع نوعية المنشآت والخدمات والبنى التحتية التي تخدم السياحة (الطرق، الكهرباء، مياه الشرب، الصرف الصحي، الاتصالات)
 - قصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عاملة مؤهلة؛
 - قلة الوعي السياحي بضرورة الحفاظ على البيئة؛
 - تواضع خطط الترويج والتسويق السياحي؛
 - تدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية والطبيعية مما يقف حائلا دون إطالة مدة إقامة السائح.

المطلب الثالث: تجارب ناجحة عن السياحة البيئية ودورها في التنمية السياحية المستدامة

تعتمد مواقع السياحة الأكثر نجاحا في الوقت الحاضر على البيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المستقبلية والمحيط المادي النظيف، أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات تعاني حتما نقصا في عدد السياح، فتجارب السياحة البيئية تعتبر اليوم إضافة نوعية وجديدة لصناعة السياحة في العالم نظرا لمردودها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي في خطط وبرامج التنمية المستدامة. وقد أثبتت التجارب الدولية أن هذا النوع من السياحة الصديقة للبيئة (ملتزمة بإحداث تأثير ضئيل على البيئة والثقافة المحلية) قد أتاحت لأفراد المجتمع الاستفادة من موارد المنطقة وتحسين عملية تحديث المجتمع المحلي وإبقاء المجتمع في حالة عمل دائم حتى لا يتأثر بالمخاطر الموسمية للسياحة مما يؤدي إلى تحسين مصادر الدخل لهم، ناهيك عن نشر ثقافة المحافظة على البيئة والموروث الثقافي الإنساني والاستغلال العقلاني لموارد البيئة، ونظرا لأهمية الممارسات العملية التي تطبق لبقاء المناطق السياحية أكثر منافسة ومحافظة على الموارد الطبيعية نعرض فيما يلي نماذج من أفضل الممارسات لإدارة البيئة في بعض مناطق العالم.

أولاً- تجربة كينيا:

إن الجانب الأهم في وجهات السياحة العصرية هو تضمينها عنصر الحفاظ على البيئة والتوجه إلى رحلات سفاري التي تتضمن عناصر حفاظ على البيئة سواء في إفريقيا أو جهات أخرى تحظى بإقبال أعلى من غيرها، في كينيا مثلاً هناك منتجعات لرحلات السفاري تدفع أجوراً للقبائل المحلية للامتناع عن صيد الأفيال من أجل قرونها، وتقنع أهالي المناطق الاستوائية بأن الحفاظ على البيئة المتجددة في الغابات من أجل رحلات السفاري أفضل لهم على المدى البعيد من صيد الأفيال.

وتعد السياحة في كينيا ثاني أكبر مصادر العملة الأجنبية في البلاد بعد الفلاحة، وقد باتت كينيا أبرز وجهات محبي السفاري والاستكشاف والمغامرات والاستمتاع بجمال الطبيعة وتنوع الثقافات والحضارات وتسهم السياحة في الاقتصاد الكيني بأكثر مما يسهم به أي نشاط اقتصادي آخر ماعدا إنتاج وبيع البن، ويزور كينيا أكثر من مليون سائح سنوياً، للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الجميلة للمنطقة الساحلية، وخصوصاً لمشاهدة الحيوانات البرية وتصويرها أثناء رحلات السفاري، وتدر السياحة على كينيا حوالي 250 مليون دولار أمريكي سنوياً، كما يوفر النشاط السياحي فرص عمل لأكثر من 40 ألف كيني، حيث توفر أماكن الإقامة على شكل أكواخ وأماكن تخيم في المناطق النائية، هذا إلى جانب توفرها على أسواق استثمار والتطوير الفندقي، وتعتبر رحلات السفاري المصورة إلى المنتزهات الوطنية الـ 19 ومحميات الألعاب هي عامل الجذب الرئيسي¹، ومن أهم المحميات التي يرغب معظم السياح في زيارتها:

- **محمية Tsavo الوطنية:** هي أكبر محمية، فهي موطن أكبر تجمع للأفيال في العالم تغطي مساحة تبلغ حوالي 21343 كم² (8،241 ميل مربع)، وهي واحدة من أكبر ملاذات الحياة البرية في العالم.

محمية ماساي مارا: هي محمية طبيعية تقع في محافظة ناروك في كينيا على الحدود مع تنزانيا، تم إنشائها عام 1961، تبلغ مساحتها الإجمالية 1510 كم² (580 ميل مربع) وهي محمية مخصصة لرحلات السفاري وسياحة الصيد، وهي مشهورة عالمياً بالحيوانات الموجودة فيها مثل النمور والأسود والفهود، والهجرة السنوية للحمار الوحشي وغزال طومسون والحيوانات البرية من وإلى منتزه سيرينغيتي الوطني في تنزانيا.

- **بحيرة ناكورو (Lake Nakuru):** يصفها علماء الطيور بأنها أكبر مجمع للطيور في العالم، وهي واحدة من البحيرات الثلاثة المتصلة في مقاطعة الوادي المتصدع في كينيا، وهي موطن لـ 13 نوعاً من الطيور المهددة بالانقراض عالمياً، تتميز البحيرة عن غيرها بانفرادها بتجمع هائل لطيور الفلامنجو التي تجذبها وفرة الطحالب إلى الشاطئ فترسم لوحة طبيعية تحبس الأنفاس.

¹ -Kenya - Tourism, travel, and recreation, on the site: <https://www.nationsencyclopedia.com/Africa/Kenya-TOURISM-TRAVEL-AND-RECREATION.htm> consulter le : 13 / 07 / 2020

- **منتزه جبل كينيا الوطني:** كانت عبارة عن محمية غابوية قبل أن يتم جعلها حديقة وطنية، في أبريل 1978 تم إدراج الحديقة كمحمية طبيعية من طرف اليونسكو ضمن قائمة مواقع التراث العالمي في أفريقيا.
- **حديقة أمبوسيلي الوطنية:** تقع في مقاطعة كاجيادو بكينيا تبلغ مساحة الحديقة 39206 هكتارًا (392 كم²) في قلب نظام بيئي طوله 8000 كيلومتر ينتشر عبر الحدود بين كينيا وتنزانيا، السكان المحليون هم ماساي بشكل أساسي، لكن سكان مناطق أخرى من البلاد استقروا هناك حيث جذبهم الاقتصاد الناجح الذي يحركه السياح والزراعة المكثفة على طول نظام المستنقعات التي تجعل هذه المنطقة واحدة من أفضل تجارب مشاهدة الحياة البرية في العالم مع 400 نوع من الطيور.
- **مومباسا¹:** تعد مومباسا ثاني أكبر مدينة في كينيا وأكبر موانئها التجارية، حيث تقع على الساحل الجنوبي الشرقي، تعتبر مومباسا مركز جذب سياحي متعدد الثقافات، أضاف إليها المهاجرون البريطانيون والبرتغاليون والعرب والهنود والآسيويون الكثير من حضاراتهم، فأصبحت المدينة مزيجًا ثقافيًا متنوعًا.

بدأت الحكومة الكينية بأخذ المخاوف البيئية في الاعتبار في جميع سياساتها وخطط عملها، وقامت بشراكة مع ست دول أفريقية السنغال ونيجيريا وغانا وموزمبيق وسيشيل وتنزانيا وهي شراكة بين القطاعين العام والخاص (الوحدة الساحلية والبحرية التابعة للشراكة من أجل تنمية أفريقيا COSMAR التي تهدف إلى تعزيز السياحة المسؤولة)، ويوضح COSMAR أنه يجب على المشروع السياحي أن يكون مسؤولاً، وضمان استفادة المجتمعات المحلية من الدخل المتولد في منطقتهم، وأحد جوانب برنامجه هو رفع مستوى الوعي البيئي وسبل عيش المجتمعات المحلية والتحديات التي تواجهها، كما يقدم رحلة نهائية يزور خلالها عمالؤه المدارس بحيث تكون لديهم الفرصة للتحدث مع المعلمين والطلاب والتعرف على الجهود المبذولة في كينيا في مجال التعليم والوعي بأهمية البيئة.

وقد فهمت الحكومة الكينية أن أحد مفاتيح نجاح السياحة البيئية هو إشراك القبائل المحلية (ماساي، سامبورو، كيكويو، تركانا) في الحفاظ على الحيوانات، بالنسبة لشعوب الرعاة أو الصيادين الرحل الذين يعيشون في المحميات أو بالقرب من المتنزهات الوطنية لم تكن حماية الحيوانات أولوية دائمًا، على العكس من ذلك كان يُنظر إلى الحيوانات البرية على أنها أعداء يمكن أن يقتلوا قطيعهم أو يدمروا ثقافتهم، ويجب القول إن الفوائد السياحية نادراً ما أفادت هذه المجتمعات، لكن اليوم أصبحت القبائل تدير جزءاً من الأراضي الاحتياطية التابعة لها ويشارك أعضاؤهم في المشاريع السياحية، ويكسبون دخلاً معتبراً ويعملون في المواقع (كمرشدين، حراس، موظفو فنادق) حيث أثمرت هذه السياسة على إدراك القبائل بشكل جيد حماية الحياة البرية مع الحفاظ على نمط حياته، هذا بالإضافة إلى إنشاء شبكة من الوكالات والأفراد لدعم التنمية السياحية المستدامة في كل المحميات، حتى أصبحت الفنادق توظف مدراء

¹- كينيا أبرز وجهات محبي السفاري والاستكشاف والمغامرات، العين الاخبارية ، 24 12 2018، على الرابط:

بيئة بدوام كامل، يديرون محطات معالجة بيولوجية لتجنيب تصريف مياه الصرف في المحيط التي تهدد الحياة البحرية، حيث يعالج كل فندق ما يصل إلى 150 ألف لتر من المياه يوميا وهي كمية مياه الصرف الصحي التي ينتجها 1500 شخص، كما تحتوي الفنادق أيضا على نظام إعادة تدوير كامل (يتم تقديم الورق والبلاستيك والزجاج للتجار الذين يعيدون تدويرها) كما يتم تشجيع العملاء على عدم ترك القمامة على الشاطئ.¹

وفقاً لتقرير الأمم المتحدة حول السياحة المستدامة في كينيا، تجذب المنتجعات السياحية على الساحل أكثر من 60% من مليون سائح يزورون البلاد كل عام، ويشغل قطاع السياحة 11% من القوى العاملة الكينية كما ينقل النشاط إلى القطاعات الأخرى مثل النقل والمطاعم والترفيه وصناعة النسيج وتعد هذه الحركة السياحية ممتازة للأعمال التجارية.

ثانياً- تجربة ريف أغادير بالمغرب:

تقع أكادير على بعد 500 كلم جنوب غرب العاصمة الرباط، على ساحل المحيط الأطلسي مدت مدينة أغادير المغربية ذراعيها لاستقبال السياح من جميع أنحاء العالم للتمتع بجمال شواطئها وحسن جوها وسحر ريفها، فضلاً عن معالمها العمرانية الحديثة، أطلقت على المدينة عدة أسماء مختلفة منذ نهاية القرن الخامس عشر الميلادي إلى الآن، منها ما هو محلي مثل أكدير إيغير وأكدير لعربا وتكمي أو أكدير لعربا وتكمي أورومي، ومنها ما أطلقه عليها المستعمرون خاصة البرتغاليين مثل سانتا كروز دي كاب دي غي.

توجد بأغادير عدة معالم سياحية أهمها:

- **قلعة "أغادير أوفلا":** التي تعتبر أهم المعالم التاريخية في المدينة وتتربع هذه القلعة على قمة جبل يعلو سطح البحر بـ236 متراً، في الشمال من المدينة، شيدها السلطان محمد الشيخ السعدي عام 1540 ميلادياً، للوقاية من هجمات البرتغاليين وقصف أساطيلهم، وتجسد هذه القلعة معلم تاريخي تراثي ومعماري حي يحكي تاريخ المدينة التي شهدت زلزالاً منذ 58 عاماً دك المنطقة، من دون أن تتأثر به القلعة، حيث بقي سورها شامخاً.

- **متحف بلدي:** يضم قطعاً فنية تجسد التراث الأمازيغي الذي يطبع منطقة سوس، تعرض فيه العديد من القطع الفنية المصنوعة يدوياً من حلي وأقراط وأساور، إضافة إلى بعض القطع والأواني الفخارية، يناهز عدد هذه القطع الـ200 قطعة، كما تعرض فيه زرابي وأبواب تقليدية.

- **شاطئ أغادير:** يمتد على 9 كلم حيث تنتشر فيه المنشآت والمرافق السياحية الراقية والمتطورة والفنادق الفخمة والمجمعات السكنية الحديثة بأثمان تنافسية حسب القدرة المالية للسائح، لكن الجامع بينها جودة الخدمات التي يقل نظيرها في أغلب مدن المنطقة، كما يتميز الشاطئ بخلفية من جبال أطلس الشاهقة

¹ - Itai Madamombe, Tourisme responsable au Kenya, Octobre 2006 sur le site:

<https://www.un.org/africarenewal/fr/magazine/october-2006/tourisme-responsable-au-Kenya> consulter 14/7/2020

وغابات استوائية ونخيل يُحيط به مع كثبان رملية ناعمة مُتموجة وحركة رياح تجعل مياهه الصافية ليست شفافة بدرجة كبيرة.

- **متنزه سوس ماسة:** هي حديقة وطنية عملاقة تقترب كثيراً من وصفها كمحمية طبيعية تُصنّف كأحدى أهم الأماكن السياحية في أغادير، تقع الحديقة الوطنية على الساحل المغربي للمحيط الأطلسي بمساحة 33 ألف و800 هكتار (2م300) من الكثبان الرملية الرطبة مع المنحدرات الصخرية والغابات والأراضي الزراعية بين مصبي سوس شمالاً وماسا جنوباً.

جدير بالذكر أن تاريخ إنشاء الحديقة وإعلانها كمحمية طبيعية يرجع للعام 1991، كما تم إضافة مساحة 30 ألف هكتار للحديقة من طرفها الجنوبي لتعمل كمنطقة لتغذية للطيور، فهو موطن لحياة البرية غير العادية 250 نوعاً من الطيور، بما في ذلك طيور أبو منجل الأملح الشهيرة، مع الطباء والخنازير والسموريات، كما يشد الانتباه في الحديقة، في تيفنيت الجدران الصخرية التي تلفت نظر السائح حيث أنها مليئة بالبيوت المنحوتة لسكان الكهوف القديمة التي تم التخلي عنها منذ فترة طويلة بها غطاء نباتي مذهل، فهو ينمو ويزدهر ويتزعرع في جميع أنحاء المنطقة والأشجار محملة بفاكهة اللوز، وأشجار الأركان (مصدر للزيت المشهور) ممتعة للأنظار، هذا الركن الريفي الغني بقدراته التي يستمتع بها السائح في مباحج الاستكشاف والسياحة الخضراء.

وليس بعيداً تجد قرية تافراوت التي تقع بين مجموعة من المعالم الجبلية التي تتميز بصخورها المتنوعة بين الألوان البرتقالية والوردية، وتُعد قرية تافراوت من المواقع السياحية المهمة في مدينة أغادير للتعرف على طبيعة الريف في أكادير، فالسياحة القروية تعد منتجاً رائداً واستراتيجياً تزخر به جهة "سوس ماسة درعة" حضي باهتمام بالغ من الوزارة الوصية إبان العشرية السابقة، استراتيجية 2010، وكذلك بالنسبة لرؤية 2020 التي دعمتها في إطار سياحة مسؤولة ومستدامة.

كما أن لكل منطقة خصوصيات ومميزات دقيقة حسب مخطط يتطلع إلى تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البيئية وتلمس عمق وأصالة البعد الاجتماعي والثقافي للسكان المضيفين وكذلك من قبل السياح الأجانب، وتساهم السياحة في هذه المناطق بجلب بعض المنافع الاقتصادية وضمان فرص عمل محلية ذلك أن نجاح مشروع إيموزار إيداوتتان "قضاء الاستقبال السياحي" يعد استراتيجية اعتمدها وزارة السياحة المغربية لتطوير السياحة المستدامة في المناطق القروية، خصوصاً السياحة البيئية والسياحة الزراعية وسياحة المغامرات، من خلال تطبيق مفهوم "الفضاءات السياحية" الذي يعد مؤشراً مهماً يؤكد مدى أهمية هذا المنتج حيث عملت مندوبية وزارة السياحة بأغادير على تهيئة ما يقارب 70 كيلومتر من المسارات السياحية بالمنطقة كفضاء للمشاة مع 6 باحات للاستراحة وسط مناظر طبيعية خلابة وخضرة بهية وبمحاذاة وادي مناسب في شكل جميل أخذنا هيك من تأهيل موقع "انزركي" وتثبيت أعمدة التوجيه والإرشاد مع دعم وإنعاش التعاونية النسوية لزيت أركان في نفس المنطقة الذي يعتبر منتج مهم ومرتفع الثمن، واستخدام خيول ودواب المنطقة لنقل السياح لاكتشاف جمال الريف والجبال.

كما قام المجلس الجهوي لسوس ماسة درعة بدعم هذا المنحى التضامني بتوفير الدعم للخواص لتكملة مشاريع الإيواء للسياح بالمناطق القروية، وبرنامج تهيئة مشروع مغارة "وين تمدين التي تعتبر أكبر مغارة في أفريقيا وتمتد على طول 19 كيلومتراً في ريف أغادير. كما عملت الوكالة الأمريكية للتعاون على إعادة تأهيل المنحل العملاق لإنزركي وتعاونية "تزارين" النسوية لزيت اركان.

وهذا ما أدى إلى استقطاب سياح جدد ساهموا في إنعاش موارد الاقتصاد المغربي وتضامناً مع فئات اجتماعية هشة في مناطق وعرة، بحيث مكن للزوار من خلالها أن يجدوا أجوبة عن تساؤلاتهم حول الزراعة، والمنتجات الإقليمية، الطبخ التقليدي المغربي والحياة اليومية للريف، وذلك باحترام البيئة والعادات، أين تقدم السياحة الريفية للزوار اتصالاً أوثق مع الطبيعة والنشاطات الريفية.

ثالثاً- تجربة منطقة البحيرات Lake District في بريطانيا:

هي من أشهر وأهم أماكن التنزه في إنجلترا، والتي تستقطب عدداً كبيراً من السياح والمواطنين البريطانيين المهتمين بمعرفة المزيد عن تاريخ المنطقة، فمدينة البحيرات هي منطقة واسعة في شمال غرب بريطانيا التابعة لولاية إنجلترا، وتحديداً قرب الحدود الاسكتلندية، وتضم المنطقة 19 بحيرة، وهي من أجمل المناطق الطبيعية في بريطانيا، وتضم إضافة إلى البحيرات عدداً من الغابات الجبلية، والمحميات الطبيعية، والحدائق المتنوعة، وفيها جبل سكايفل بايك، وهو أعلى جبال في بريطانيا، كما تحتوي على أعماق البحيرات وأخفضها في هضاب إنجلترا كبحيرة استوتر، وتشتهر المنطقة بالفن والجمال والتراث الأدبي الإنجليزي، ومنها انطلق عدد من أفضل الشعراء.

وتعد معظم أراضي المنطقة محميات طبيعية وحدائق عامة يمنع البناء فيها أو قيام أي نشاط صناعي أو تجاري، وذلك منذ بداية الخمسينات، وتضم المنطقة أعلى جبال بريطانيا، واسمه «سكايفل بايك»، وبها أيضاً أعماق بحيرات في إنجلترا مثل «واستوتر» و«وندرمير»، وضمن المنطقة السياحية تقع بقعة خلابة ومحمية طبيعية اسمها «بيك ديستريكت» يزورها سنويا نحو 16 مليون سائح وهي أكبر محمية طبيعية في إنجلترا وويلز والثانية على مستوى بريطانيا، وتمتد المحمية لمسافة 32 ميلاً من الشرق إلى الغرب و40 ميلاً من الشمال إلى الجنوب، بحيث تضم المنطقة أربع قرى رئيسة أهمها «وندرمير» والعديد من القرى الصغيرة.

ويعتمد اقتصاد المنطقة في معظمه على العوائد السياحية من الزوار من داخل وخارج بريطانيا، لذلك اعتمد التخطيط السياحي للمحافظة على جمال المواقع السياحية التي تخدم المنطقة بتهيئة شبكة الطرق، حيث تم ربط المنطقة بشبكة طرق جيدة ترتبط في نهاياتها بالطرق السريعة الواصلة إلى أسكتلندا شمالاً ولندن جنوباً، كما تخدمها شبكة سكك حديدية مخصصة للساحل الغربي، مع شبكة قطارات سياحية على قضبان ضيقة تنتقل بين القرى والمعالم المختلفة للمناطق التي زادت من تدفق عدد السياح، والسفن البخارية وأخرى مرتبطة بكابل بحري تنقل الركاب عبر أكبر البحيرات، وبعضها يعمل موسمياً خلال فصل الصيف. وتعتبر المنطقة مأوى طبيعي للعديد من الحيوانات والطيور.

ويوجد في البحيرات أربع رحلات مهمة وكل رحلة لها مسارها (المسار الأحمر، الأخضر، الأصفر، والأخضر المخصص لمحبي المشي).

أضافت لجنة التراث العالمي التابعة لليونسكو إلى قائمتها الشهيرة متنزه منطقة البحيرات، حيث تتلاقى الجبال والبحيرات مشكلة مصدر إلهام لكبار المؤلفين البريطانيين.

واستشهدت اللجنة بأسماء الشاعر ويليام ووردسورث (1850-1770)، والكاتب جون راسكن (1819-1900)، وبياتريكس بوتز (1866-1943) مؤلفة شخصية الأرنب بيتز، لتوضح أن منطقة البحيرات ليست مجرد متنزه وطني يزوره ملايين السياح، بل هي أيضاً مصدر إلهام لكبار الفنانين، وقد أدرج الموقع على قائمة التراث الثقافي وليس التراث الطبيعي، ومنطقة البحيرات هي الموقع البريطاني الحادي والثلاثون الذي يدرج في هذه القائمة.

ويعود النشاط السياحي في المنطقة إلى القرن السابع عشر عندما زارت المنطقة الرحالة البريطانية سيليا فاينس في عام 1698 ووصفت رحلتها بين الجبال التي لم تشهد مثلها في إرجاء البلاد حينذاك وقالت إن البحيرات تكونت من سيول المياه المتدفقة من أعلى قمم الجبال إلى أسفل الوديان، وفي عام 1724 نشر المؤلف دانييل ديفو كتاباً عن رحلاته في الجزر البريطانية جاء فيه أن منطقة البحيرات مخيفة بسلسلة جبال يصعب اختراقها، وفي القرن الثامن عشر اشتهرت المنطقة سياحياً، وكانت معظمها سياحة داخلية حيث كان السفر إلى أوروبا محفوفاً بالمخاطر بسبب الحروب المتكررة فيها. وفي عام 1778 كتب توماس ويست أول دليل سياحي لمنطقة البحيرات لكي تبدأ حقبة السياحة الحديثة فيها، وذكر ويست أفضل المواقع لمشاهدة الجبال والبحيرات المختلفة.

وفي الستينات صدرت كتب مصورة عن المنطقة زادت من شعبيتها وبعضها ما زال يستخدمها من الزوار من كبار السن إلى الآن، ويقبل السياح إلى المنطقة من كل أنحاء العالم، وخصوصاً من الصين واليابان وأميركا وألمانيا، ومن أشهر عوامل الجذب السياحي السفن البخارية في بحيرة وندرمير التي يستقلها سنوياً نحو مليون ونصف المليون راكب.

تشتهر المنطقة أيضاً بأنها الأفضل في تقديم وجبات الطعام في بريطانيا لذا تنتشر فيها المطاعم الحاصلة على نجوم ميشلان، بالإضافة إلى المقاهي التي تقدم وجبات سريعة طوال اليوم.

مبادرات السياحة المستدامة في منطقة البحيرات Lake District¹:

(1) برنامج **Go Lakes Travel**: عبارة عن مبادرة بقيمة 6.9 مليون جنيه إسترليني، تمولها وزارة النقل، ويتم تسليمها بالشراكة من قبل مجلس مقاطعة كمبريا، وهيئة متنزه ليك ديستريكت الوطني وكمبريا للسياحة، بين عامي 2011 و2015، كان الهدف هو إحداث تغيير تدريجي في كيفية سفر

¹ - Sustainable tourism initiatives, on the site: <https://www.lakedistrict.gov.uk/learning/factstourism/sustainable-tourism/sustainable-tourism-initiatives>, consulter le 22-07-2020.

- الزوار إلى وحول منطقة وسط وجنوب البحيرة ، مما يمكنهم من الاستفادة بشكل أكبر من وسائل السفر المستدامة، تشمل بعض الأهداف الرئيسية ما يلي:
- تحسين خدمات النقل العام وإدارة المرور لمعالجة الازدحام وتقليل التأخيرات؛
 - إنشاء شبكة من أساطيل سيارات الدفع والدورة لتأجير الدراجات؛
 - تطوير شبكات آمنة ومستمرة للمشاة وركوب الدراجات واستخدام الكراسي المتحركة؛
 - إمكانية التغيير بين طرق السفر المختلفة أسهل من خلال التذاكر المتكاملة والخصومات لمن يصل عن طريق وسائل النقل العام؛
 - التسويق والمعلومات المستهدفة المصممة لتغيير سلوك سفر الزوار من/إلى وحول البحيرات؛
 - تأكد من أن السكان المحليين والمجتمعات المحلية قدر الإمكان تستفيد من البرنامج؛
 - دعم الهيئات الحكومية على أعلى مستوى أمر ضروري.
- (2) **إصلاح فيليس:** يشكل تآكل ممر المشاة تهديدًا خطيرًا للبيئة الجبلية وبالتالي لصناعة السياحة، ويعد المشي هو النشاط الأكثر شيوعًا لزوار منطقة البحيرات، حيث يتسبب 15 مليون زوج من الأقدام في إلحاق ضرر كبير بممرات المشاة خاصة عند السقوط العالي، لذلك جاء مشروع Fix the Fells هو شراكة بين ست منظمات بقيادة الصندوق الوطني، يحافظ ويصلح مسارات المرتفعات لمنع المزيد من التآكل.
- (3) **مؤسسة ليك ديستريكت (نورتور ليكلاند سابقًا):** تأسست مؤسسة Lake District كمؤسسة خيرية في أغسطس 2017، وقبل ذلك تحت اسم Nurture Lakeland، كانت المنظمة تعمل منذ 23 عاما لجمع الأموال من الزوار لصناعة السياحة، كما قدمت برامج ورسائل السياحة المستدامة عبر كمبريا وحصلت على اعتراف وطني، وتسير مؤسسة ليك ديستريكت على هذا العمل وتنمو في نطاق الوصول إلى التأثير على أهمية البيئة للسياح والمجتمع المحلي معا.
- (4) **أحب بحيرتك Love Your Lakes:** تشجع هذه المبادرة الزوار والشركات والسكان المحليين على اتخاذ خطوات بسيطة لتقليل كمية الفوسفات التي تدخل إلى بحيرة Windermere ، مما يؤدي إلى تحسين جودة المياه وتقليل تكاثر الطحالب السامة.
- (5) **أكواخ منخفضة الكربون:** يهدف هذا المخطط إلى تقليل انبعاثات الكربون وتكاليف تشغيل منازل العطلات المبنية بشكل تقليدي دون الإضرار بأي من خصائصها الأساسية، من خلال العمل مع أصحاب البيوت وشركات الإيجار الذين يريدون أن يثبتوا أن البيوت يمكن أن تلبى أعلى المعايير البيئية دون أن تكلف الأرض سواء لأصحابها أو لقضاء العطلات.

خاتمة الفصل الثاني:

المنظمات والهيئات الدولية والإقليمية، منظمات الأعمال والشركات الاستثمارية، الحكومات والمجتمع المدني، كلها مدعوة للعمل مع الطبيعة وليس ضدها، فرعاية البيئة مرادف لرعاية أنفسنا لأننا جزء منها، لذا أصبح الاهتمام أكثر بالبرامج التنموية على نحو مستدام كنتيجة واقعية لتطور الفكر الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، فأصبحت التنمية المستدامة شعارا ومصطلحا ومطلبا عالميا، هذا وإن الدعوة إلى التنمية المستدامة قد أشار إليها الإسلام قبل أكثر من أربعة عشرة قرنا فاهتم بالإنسان والبيئة معا بمنظومة متكاملة من التوجيهات والتشريعات.

فالإنسان في التنمية المستدامة هو الهدف والغاية والوسيلة مع الحرص على إستراتيجية لتلبية احتياجات الحاضر والمستقبل، وتحقيقها يعتمد على عملية مجتمعية يساهم فيها كل فئات وقطاعات المجتمع بشكل متناسق، أما أهدافها وغاياتها فهي متكاملة وغير قابلة للتجزئة خاصة في القضاء على الفقر والجوع وتوفير الأمن الغذائي وضمان الصحة والتعليم والرفاهية للجميع مع ضرورة حماية النظم الايكولوجية والتنوع البيولوجي وإدارته على نحو مستدام.

كما توصلنا إلى أن العلاقة بين الاقتصاد والنظام البيئي يوضحها الاقتصاد الأخضر كنموذج يغطي العديد من الحقائق التي تقوم على رؤية قوية للاستدامة، فالاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة يقومان على محورين هامين هما: التحديات البيئية، والتحديات الاجتماعية.

وفي ظل علاقة الإنسان بالبيئة ومستلزمات التنمية المستدامة تظهر السياحة كعامل مهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، حيث تتجدد الحاجة الملحة لتشجيع السياحة المستدامة التي تستدعي تخطيط وإستراتيجية تكفل الاستغلال الأمثل للموارد البيئية واحترام الأصالة الاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية المضيفة، ووجود عمليات اقتصادية طويلة المدى تتوفر لها كل مقومات البقاء لنتيح فرصا لزيادة الدخل وتخفيف حدة الفقر، فمستقبل قطاع السياحة يعتمد على إشباع حاجات السياح والمجتمعات المضيفة مع ضمان استعادة الأجيال القادمة بأسلوب يدير الموارد السياحية بشكل أمثل يضمن استمرارية التنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية، ومع زيادة الوعي البيئي زاد الطلب على السفر المستدام حيث أصبحت السياحة البيئية (السياحة الخضراء) تشكل سوقا مربحا سريع النمو، ولعل التجارب المستفاد تؤكد أن جودة البيئة واستدامتها تشكل إضافة نوعية وجديدة لصناعة السياحة في العالم.

الفصل الثالث:

تطور حجم الاستثمار السياحي في

العالم ودوره التنموي

تمهيد:

إن الاستثمار السياحي بقدر ما هو إنفاق على مختلف المشاريع السياحية كالمرافق والخدمات والتسهيلات إلا أنه تعقبه سلسلة من الإيرادات، وباعتبار الاستثمار السياحي هو استثمار مادي حقيقي فاليوم تلجأ الدول إلى الاستثمار الأجنبي المباشر لتمويل مشاريعها السياحية كأفضل فرصة لفسح المجال أمام تدفق رؤوس الأموال الأجنبية لزيادة القدرة الإنتاجية لصناعة السياحة ونقل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والنظم الإدارية المتطورة لهذه الصناعة الواعدة، إذ هناك رغبة قوية لدول العالم في الدخول في تحالفات إستراتيجية طويلة المدى للمنافسة على تقديم أفضل وأرقى الخدمات السياحية وكذا الصناعات الأخرى التي تنشط تحت ظل القطاع السياحي، وبما أن السياحة نظام مفتوح بدرجة عالية من التواصل مع كل ما يحدث في العالم، فإن هذه الصناعة سريعة الحساسية لمختلف المخاطر المحتملة للأزمات، وعلى الرغم من أن العديد من الأزمات التي حدثت في السنوات الأخيرة ليست ظواهر جديدة في الأساس إلا أن تأثيرها كان شديداً ولعل أبرزها تأثير فيروس كورونا المستجد الذي أدى إلى خلق اضطرابات غير مسبوقة في الاقتصاد العالمي.

وعلى هذا الأساس سوف نتطرق في هذا الفصل إلى المباحث الأربعة التالية:

- تطور حجم الاستثمارات الأجنبية في العالم؛
- نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات في العالم؛
- مؤشرات الاستثمار السياحي وآثاره على قضايا التنمية في العالم؛
- أثر فيروس الكورونا المستجد على صناعة السياحة في العالم.

المبحث الأول: تطور حجم الاستثمارات الأجنبية في العالم

إن أهم سمات الاقتصاد العالمي في عصر العولمة هو النمو المتزايد لنشاط الشركات العالمية الكبرى التي تحولت إلى محرك رئيسي للاستثمارات المباشرة في مختلف أنحاء العالم، فمن خلال الاستراتيجيات الإنتاجية للشركات المتعددة الجنسيات زادت معدلات الاستثمار الأجنبية بمعدل أسرع من معدلات نمو التجارة العالمية، حيث تعتبر هذه الأخيرة العالم سوقا واحدا كما تعمل على تحويل أنشطتها إلى دول مختلفة بهدف البحث عن مزايا تنافسية من حيث تخفيض تكاليف الإنتاج وهذا ما يعرف بإعادة التوطين الصناعي.

ويظهر تزايد أهمية الاستثمار الأجنبي عالميا من خلال تقارير الاستثمار العالمي الصادرة عن هيئة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD التي ترصد سنويا حركة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الصادرة والواردة لكل دول العالم، كما تقوم بمناقشة هذه التدفقات وأثارها التنموية ومتطلباتها المؤسسية والسياسات الملائمة للتعامل معها.

المطلب الأول: مؤشرات الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم

كل تقارير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تؤكد أن هناك تزايد مستمر في حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة في العالم، حيث يلاحظ تزايدا مستمرا للتدفقات الواردة، حيث كانت 59 مليار دولار سنة 1982 لتقفز إلى 205 مليار دولار سنة 1990 إلى 1410 مليار دولار سنة 2005، لتصل إلى 2 تريليون دولار سنة 2015، ثم تتخفف عام 2018 إلى 1.3 تريليون دولار¹، والسبب في ذلك الإصلاح الضريبي الذي أجرته إدارة الرئيس الأميركي في 2017 لتشجيع الشركات الأميركية المنتشرة عالميا على إعادة أرباحها إلى الولايات المتحدة، لذا شهدت الرساميل الأميركية هجرة معاكسة بعد سنوات من البحث عن مكان لها خارج بلادها هربا من النسبة المرتفعة للضرائب على الأرباح في أميركا، علما بأن 2018 شهد تدفقات استثمار أجنبي مباشر إلى الولايات المتحدة بنحو 252 مليار دولار واحتلت المرتبة العالمية الأولى على هذا الصعيد. وجاءت الصين في المرتبة الثانية (139 مليار)، وهونغ كونغ الثالثة (116 مليار)، ثم سنغافورة (78 مليار)، وهولندا خامسة (70 مليار). وإذا كانت الولايات المتحدة محتفظة بمرتبتها الأولى بين الدول، فإن آسيا تحتفظ بمرتبتها الأولى بين القارات الأكثر جذبا للاستثمار لاسيما الاستثمار السياحي.

¹ - تقرير UNCTAD، تقرير صادر عن هيئة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية 2019.

أولاً- حجم الاستثمار الأجنبي المباشر ونشاط الشركات في العالم:

كما هو معروف كلما زاد حجم الاستثمارات الأجنبية، كلما ساعدت الحكومات على إقامة مشروعات هدفها الازدهار والنمو وتحقيق الرفاه لمواطنيها في كافة المجالات، ووفقاً لتقرير الاستثمار العالمي الصادر عن الأونكتاد عام 2019 أن حجم الاستثمار الأجنبي المباشر على المستوى العالمي سنة 2018 بلغ حوالي 2.4 تريليون دولار وهذا رقم كبير نسبياً. ويمكن أن نوضح حركة الاستثمار الأجنبي المباشر ونشاط الشركات الأجنبية في العالم في الجدول التالي:

الجدول رقم 05: الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم ونشاط الشركات الأجنبية الوحدة: مليار دولار

2018	2017	2016	2015	2005	1990	البيان
1297	1497	1919	2034	1414	205	تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة
1014	1425	1550	1683	1451	244	تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الصادرة
32272	32624	28243	26313	1447	2196	أرصدة الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة
10.97	32.38	27.62	26.26	15.2	2.25	أرصدة الاستثمارات الأجنبية المباشرة الصادرة
1.79	1.69	1.55	1.51	1.03	82	الدخل من الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد
6.8%	6.8%	6.8%	6.9%	8.6%	5.3%	معدل العائد على الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد
1792	1661	1478	1476	1102	128	الدخل من الاستثمار الأجنبي المباشر الصادر
6.4%	6.3%	6.1%	6.3%	9.6%	8%	معدل العائد على الاستثمار الأجنبي المباشر الصادر
816	694	887	735	729	89	صفقات التملك والاندماج عبر الحدود
27247	26580	25649	26019	24612	7316	مبيعات فروع الشركات الأجنبية
110468	104951	95540	91261	50747	6202	إجمالي أصول فروع الشركات الأجنبية
75.9	73.6	70.5	69.5	59	28.5	التوظيف عن طريق فروع الشركات الأجنبية (مليون)

المصدر: الأونكتاد - تقرير الاستثمار العالمي 2019.

حسب الإحصائيات الواردة في الجدول رقم (05) وفيما يتعلق بنشاط الشركات متعددة الجنسيات ودورها على صعيد الاستثمار فقد رصد التقرير ارتفاعاً بمعدل 5.3% قيمة أصول فروع الشركات الأجنبية في العالم إلى 110.5 تريليون دولار نهاية 2018، كما ارتفعت مبيعاتها إلى 27.3 تريليون دولار فيما زاد حجم العمالة التي توظفها بمعدل 3.2% إلى 75.9 مليون عامل.

وعلى صعيد الدخل من الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد فقد ارتفع بمقدار 108 مليار دولار وبنسبة 6.4% إلى 1.78 تريليون دولار عام 2018، كما استقر معدل هذا العائد عند 7% على أرصدة الاستثمار لنفس العام، أما بالنسبة للدخل من الاستثمار الأجنبي المباشر الصادر هو الآخر شهد ارتفاعاً بمقدار 131 مليار دولار وبنسبة 7.9% إلى 1.79 مليار دولار عام 2018 كما استقر معدل هذا العائد عند 6% على أرصدة الاستثمار لنفس العام.

ثانياً - تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة والصادرة في العالم:

إن أهم ما يميز تدفق الاستثمارات الأجنبية في العالم في السنوات الأخيرة هو ارتفاع التدفقات الواردة إلى الدول الآسيوية بشكل كبير، في المقابل تراجعها في أمريكا اللاتينية والكاريبي وأيضاً في الدول المتقدمة نتيجة الهبوط الكبير في التدفقات الواردة إلى أوروبا وأمريكا الشمالية.

ويمكن أن نوضح ذلك بأكثر تفصيلاً من خلال الأرقام الموضحة في الجدول رقم 09:

الجدول رقم (06): تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة والصادرة في العالم مليار دولار

تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الصادرة				تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة				المنطقة
2018	2017	2016	2015	2018	2017	2016	2015	
558	925	1105	1243	557	759	1197	1268	الدول المتقدمة
417.7	461.5	419	407	706.8	690	656.6	728	الدول النامية
9.8	13.3	9.5	9.7	45.9	41.4	46.5	56.9	أفريقيا
401.5	411.9	399.1	372.6	511.7	492.7	473.3	514.8	آسيا
6.5	36.4	11.1	24.9	146.7	155.4	135.3	155.9	أمريكا اللاتينية وجزر الكاريبي
38.3	38.5	25.2	32	34.2	47	64.4	36	الدول المتحولة
1014	1425	1550	1682	1298	1497	1918	2032	المجموع

المصدر: الأونكتاد - تقرير الاستثمار العالمي 2019.

أرقام الجدول رقم (06) توضح أن هناك ارتفاعاً في تدفقات الاستثمار المباشر الواردة إلى الاقتصاديات النامية بمعدل 2.2% إلى 706.8 مليار دولار، ورغم النمو الطفيف في التدفقات إلا أن حصتها من التدفقات العالمية قفزت لتبلغ 54.4% عام 2018 مقارنة بسنتي 2016 و 2017 أين بلغت 46.1% و 34.1% على التوالي¹.

أما فيما يخص التدفقات الواردة إلى الدول الآسيوية فقد ارتفعت بشكل كبير نسبياً بمعدل 3.9% إلى 511.7 مليار دولار عام 2018 فيما قفزت التدفقات الواردة إلى إفريقيا بمعدل 10.9% إلى نحو 46 مليار دولار، في حين تراجعت التدفقات الواردة إلى أمريكا اللاتينية والكاريبي بمعدل 5.6% إلى 146.7 مليار دولار، في المقابل تراجعت التدفقات الواردة إلى أمريكا اللاتينية والكاريبي بمعدل 5.6% إلى نحو 146 مليار دولار، أما التدفقات الواردة إلى الدول المتقدمة فقد تراجعت بحدة لتمثل نسبة 26.7% إلى 557 مليار عام 2018 لتمثل 42.9% من إجمالي التدفقات العالمية وذلك نتيجة الهبوط الكبير في التدفقات الواردة إلى أوروبا وأمريكا الشمالية، أما الدول المتحولة فقد تواصل تراجع التدفقات الواردة إليها أيضاً بمعدل 28% خلال العام 2018 لتبلغ 34.2 مليار دولار فقط.

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2019، ص 12.

وعلى العموم تدفقات الاستثمار الأجنبي عبر الحدود وفقا لمصادر الأونكتاد تنامت بشكل غير مسبق في الفترة 2010-2016 ويعزى ذلك إلى تزايد عمليات الاندماج والتملك واستمرار ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي في عدد من الدول الناهضة خاصة الصين والهند وتوسع نشاط العديد من شركات الدول الناهضة والنامية (كالنمور الآسيوية ودول الشرق الأوسط) وتوجيه استراتيجياتها للاستثمار عالميا إلى جانب استمرارها في تعزيز جهودها الداخلية لتحسين مناخ الاستثمار وتوافر الفرص الاستثمارية الواعدة في قطاع الخدمات (بما فيها تقنية المعلومات والاتصالات والمرافق العامة والنقل وكافة الخدمات المرتبطة بالسياحة)

كما تشير قاعدة بيانات أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر FDI Markets التي تعدها مؤسسة الفايانانشيال تايمز (Financial Times) إلى أن العالم قد شهد خلال الفترة 2003-2018 قيام الشركات العالمية بإطلاق أكثر من 270 ألف مشروع جديد في مختلف أنحاء العالم قدرت تكلفتها الاستثمارية الإجمالية بأكثر من 14.3 تريليون دولار بمتوسط 53 مليون دولار لكل مشروع، وقد ساهمت تلك المشاريع في توفير أكثر من 50 مليون وظيفة جديدة.

تبقى الولايات المتحدة أكبر بلد مصدر للاستثمارات في العالم بقيمة 250.5 مليار دولار وفي نفس الوقت هي أكبر بلد مستقبل للاستثمارات بقيمة 171 مليار دولار خاصة بعد الإصلاح الضريبي الذي قامت به أمريكا سنة 2017 لتشجيع الشركات الأميركية المنتشرة عالميا على إعادة أرباحها إلى الولايات المتحدة والاستثمار فيها، كما زادت الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الصين بنسبة 4% عام 2018، ووصلت إلى أعلى مستوى لها بقيمة 139 مليار دولار أمريكي، ما يعادل أكثر من 10% من الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، وبذلك تعتبر الصين ثاني أكبر دولة مستقبلة لاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، حيث تعمل الصين على تحسين سياسات وقوانين الاستثمار لتوفير بيئة استثمارية مستقرة للمستثمر الأجنبي وجذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر.

المطلب الثاني: نصيب الدول العربية من حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة

لا شك أن اتجاه العولمة وكثافة الاعتماد المتبادل بين اقتصاديات العالم يطرحان فرصا كبيرة لكل من البلدان المتقدمة والنامية، وبفضل الموارد البشرية والطبيعية الكبيرة يتوافر لمنطقتنا إمكانات مهمة للتنمية تؤهلها لأفاق اقتصادية كبيرة لاسيما فيما يتعلق بإيجاد فرص عمل لملايين الشباب على مدى العقدين المقبلين، إلا أنه في المقابل تبرز العولمة عدة تحديات، حيث أن الاندماج المتزايد للاقتصادات الوطنية في الأسواق الدولية الأخذة في التوسع يرافقه عادة ظهور مجموعة من المخاطر السيادية ذات الصلة بتغيير التشريعات ونزع الملكية وعدم القدرة على تحويل الأموال وغيرها¹، وما يلاحظ في المنطقة العربية أن الاقتصاديات العربية منذ عام 2009 تعرضت لصدمات خارجية وداخلية متكررة نتيجة الأزمة الاقتصادية والمالية العالمية وبعدها عدم الاستقرار السياسي والصراعات والتدفقات الواسعة للاجئين منذ عام 2011

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2020، ص 3.

والتي كان لها الأثر في محدودية جذب المستثمرين لغياب آليات التحكم في المخاطر بما في ذلك التأمين ضد المخاطر السياسية ومؤخرا الانتشار الواسع لجائحة كوفيد 19 الذي أثر بشكل كبير على النمو الاقتصادي العالمي مما أدى إلى تباطؤ كبير في الأداء الاقتصادي للعديد من دول المنطقة العربية.

أولاً- تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى الدول العربية:

واصلت تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الدول العربية تراجعها ولكن بنسب طفيفة بلغت 0.34% من 31.3 مليار دولار سنة 2017 إلى 31.2 مليار دولار سنة 2018، وقد مثلت الاستثمارات الواردة إلى الدول العربية ما نسبته 2.4% من الإجمالي العالمي البالغ 1297 مليار دولار و4.4% من إجمالي الدول النامية البالغ 706 مليار دولار¹.

أما سنة 2019 فقد شهدت ارتفاعاً في عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى المنطقة العربية بنسبة 24% إلى 1092 مشروع استثماري مقارنة بسنة 2018 التي بلغت 878 مشروع، إلا أن التكلفة الاستثمارية للمشاريع سنة 2019 انخفضت بنسبة 27% إلى 60.21 مليار دولار بعدما كانت 82.66 مليار سنة 2018، والجدول رقم (07) يوضح ذلك:

الجدول رقم (07): اتجاهات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية 2004-2019

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد المشاريع الاستثمارية	429	618	831	701	1296	1135	1021	1154
التكلفة الاستثمارية مليار \$	57.63	65.22	112	49.10	167.30	107.21	61.12	50.48
السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد المشاريع الاستثمارية	1069	951	820	770	775	842	876	1092
التكلفة الاستثمارية مليار \$	48.37	55.99	61.33	44.25	93.40	72.12	83.46	60.21

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2020، مصدر سابق، ص 6.

الجدول رقم (07) يوضح أن مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية بلغت ذروتها عام 2008 حيث شهد ذلك العام أكبر عدد من المشاريع خلال الفترة 2004-2019 بعدد 1296 مشروعاً بلغت تكلفتها الاستثمارية 167.31 مليار دولار تمثل 13.5% من إجمالي التكلفة الاستثمارية للمشاريع خلال الفترة.

أما التكلفة الاستثمارية لمشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر الجديدة في المنطقة العربية فقد بلغت 6% من الإجمالي العالمي لسنة 2019، فيما تستحوذ المنطقة على 5% من عدد المشاريع الاستثمارية في العالم. كما تم تقدير إجمالي فرص العمل التي وفرتها تلك المشاريع بما يزيد عن مليوني فرصة عمل بنسبة 5% من الإجمالي العالمي البالغ 41 مليون فرصة عمل لنفس الفترة، أما سنة 2019 فتقديرات الوظائف الجديدة هي 116 ألف وظيفة.

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص 15.

ثانياً - حصص الدول العربية من الاستثمارات الأجنبية المباشرة (2018-2019):

تتصدر الإمارات العربية أهم وجهات الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية من حيث عدد المشاريع بنسبة تفوق 41%، ويمكن أن نوضح حجم المشاريع الاستثمارية وتكلفتها في الجدول رقم (08):

الجدول رقم (08): عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر وتكلفتها في الدول العربية 2019-2018

2019		2018		الدولة المستقبلة
التكلفة مليون \$	عدد المشاريع	التكلفة مليون \$	عدد المشاريع	
13.71	140	12.45	91	مصر
13.56	445	14.13	378	الإمارات
12.53	134	15.63	103	السعودية
3.65	61	19.63	57	سلطنة عمان
3.07	111	4.48	71	المغرب
2.52	31	0.554	19	تونس
2.15	24	9.26	18	الجزائر
2.29	26	0.387	13	الأردن
2.12	13	2.85	11	العراق
1.59	28	0.534	42	قطر
1.05	29	1.43	27	البحرين
0.695	26	0.341	28	الكويت
1.127	24	0.845	16	أخرى
60.21	1092	83.46	876	الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار واقتان الصادرات:

- تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 2019، ص 17.

- تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 2020، ص 7-8.

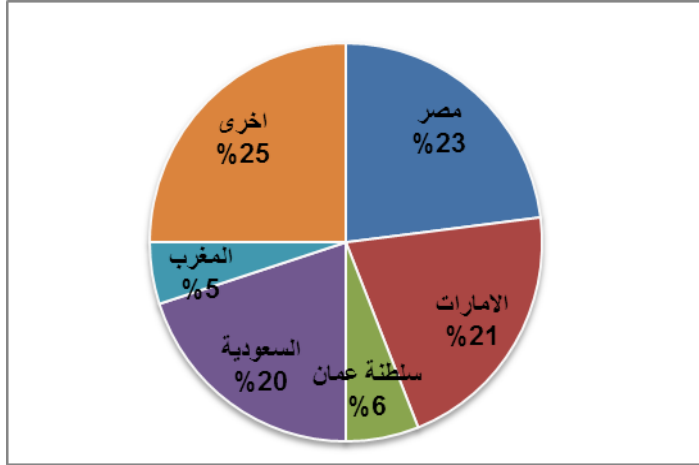
الجدول رقم (08) يوضح أن مصر تمثل الوجهة الأولى للاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية عام 2019 بتكلفة استثمارية بلغت 13.71 مليار دولار من الاستثمارات المعلنة آخذة بذلك مرتبة سلطنة عمان التي تصدرت قائمة الدول المستقبلة لمشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر لعام 2018 بقيمة 19.6 مليار دولار بنسبة تمثل 23.5% من الإجمالي، بالمقابل تواصل الإمارات تصدرها لأهم وجهات الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة من حيث عدد المشاريع لعامي 2018 و 2019 على التوالي.

أما الجزائر فقد احتلت المرتبة الخامسة سنة 2018 في تكلفة الاستثمارات التي قدرت بـ 9.26 مليون دولار مسجلة تراجعاً عام 2019 بنسبة 76% لكن بالمقابل سجلت ارتفاعاً في محسوساً في عدد المشاريع من 18 مشروعاً سنة 2018 إلى 24 مشروعاً سنة 2019، في حين حققت دول مثل الأردن، تونس، المغرب، مصر، أكبر زيادة في عدد المشاريع سنة 2019 المقارنة مع سنة 2018 بنسب 100%، 63%، 56%، 52% على التوالي، أما قطر والكويت هما الدولتان الوحيدتان في قائمة الوجهات العشر

الكبرى شهدت انخفاضا في الاستثمار الأجنبي المباشر في عدد المشاريع سنة 2019 محققين تراجعاً بـ 33% و 7% على التوالي.

أما عن أكبر خمسة دول حسب الجدول أعلاه مستقطبة للاستثمار الأجنبي يوضحها الشكل رقم (17) كالتالي:

الشكل رقم (17): الاستثمار الأجنبي المباشر في أكبر 5 دول عربية مستقبلية (% من إجمالي التكلفة الاستثمارية)



المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2020، مرجع سابق، ص 8.

الشكل رقم (17) يوضح أن الوجهات الخمسة الأولى للاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية هي: مصر 23%، الإمارات 21%، السعودية 20%، سلطنة عمان 6%، المغرب 5%، حيث تستحوذ هذه الدول على 82% من عدد المشاريع و 755 مليار دولار من التكلفة الاستثمارية في المنطقة العربية.

ثالثاً - أهم الدول المستثمرة في المنطقة العربية سنة 2019:

تمثل منطقتا أوروبا الغربية والشرق الأوسط أهم مصدرين لمشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية من حيث عدد المشاريع وهذا ما يوضحه الجدول رقم (09):

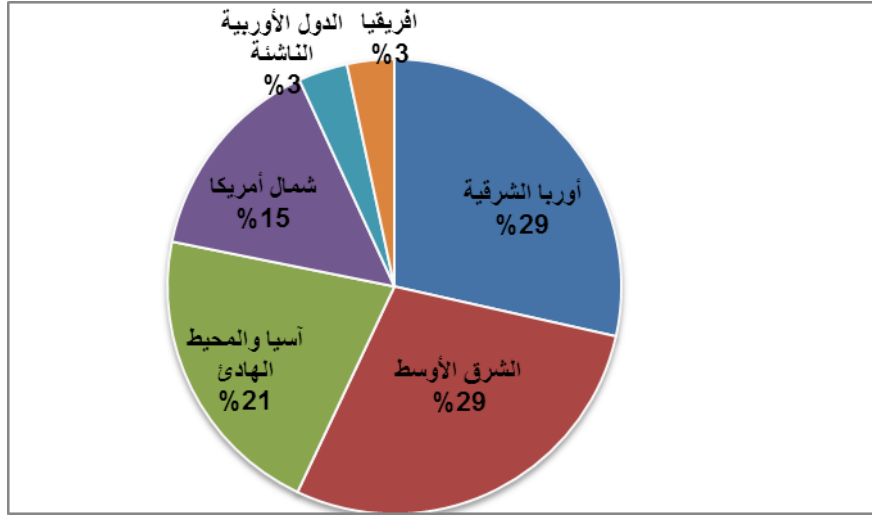
الجدول رقم (09): الأقاليم المستثمرة في الدول العربية لعام 2019

الأقاليم المستثمرة	التكلفة مليار \$	% التغير
أوروبا الغربية	17.12	42.5 - %
الشرق الأوسط	17.12	35.5 - %
آسيا والمحيط الهادئ	12.69	13.6 - %
شمال أمريكا	8.98	45.1 %
الدول الأوروبية الناشئة	2.11	59 - %
أفريقيا	2.02	521 %
أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي	0.19	408 %
الإجمالي	60.21	27.2 - %

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2020، مصدر سابق، ص 9.

أرقام الجدول رقم (09) نترجمها في الشكل رقم (18) كمايلي:

الشكل رقم (18): الأقاليم المستثمرة في الدول العربية حسب التكلفة الاستثمارية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (09).

الجدول رقم (09) والشكل رقم (18) يوضحان أن منطقة أوروبا الغربية والشرق الأوسط من أهم المصادر لمشاريع الاستثمار الأجنبي في المنطقة العربية بتكلفة 17.12 مليار دولار لكل منطقة بحصة تمثل 56.8% من الإجمالي. لعام 2019 وعلى الرغم من انخفاض قيمة المشاريع الواردة من المنطقتين مقارنة بعام 2018 بنسبة 42.5% و 35.5% على التوالي .

أيضا الاستثمارات البينية في المنطقة العربية تشكل مصدرا مهما للاستثمار الأجنبي المباشر والتي قدرت قيمة التكلفة الإجمالية لمشاريع الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة 2003 - 2018 بنحو 361.7 مليار بلغت قيمة 17.12 في الشرق الأوسط لعام 2019، حيث قد دولار¹.

أما عن أهم الدول المستثمرة في المنطقة العربية لعام 2019 نبينها في الجدول رقم (10):

الجدول رقم (10): أهم الدول المستثمرة في المنطقة العربية لعام 2019

الدول المستثمرة	التكلفة مليون \$	% من الإجمالي
الإمارات	8.68	14.4%
الولايات المتحدة	8.43	14%
السعودية	6.71	11.2%
الصين	4.91	8.2%
سويسرا	3.49	5.8%
فرنسا	3.05	5.1%
اليابان	2.63	4.4%
المملكة المتحدة	2.61	4.35%
ألمانيا	2.53	4.2%

¹ - الفاينانشيال تايمز (Financial Times) قاعدة بيانات FDI Markets، 2020.

الهند	1.58	2.6%
أخرى	15.55	25.8%
الإجمالي	60.21	100%

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2020، مرجع سابق، ص 10.

الجدول رقم (10) يوضح أن الإمارات العربية احتلت المركز الأول في الدول المستثمرة في المنطقة العربية بمشاريع قدرت تكلفتها 8.7 مليار دولار، في حين السعودية احتلت المركز الثالث بتكلفة استثمارية بلغت 6.7 مليار دولار، ومن إجمالي 65 دولة مصدرة للاستثمار للمنطقة عام 2019 استحوذت أكبر خمس دول على غالبية المشاريع حيث تصدرت الولايات المتحدة القائمة بـ 143 مشروعاً بحصة بلغت أكثر من ثمن المشاريع التي تم رصدها¹، أما الصين فقد احتلت المرتبة الرابعة من حيث التكلفة الاستثمارية التي قدرت بـ 4.9 مليار دولار والمرتبة الثامنة من حيث عدد المشاريع كما أنها ثالث أكبر المستثمرين توفيراً للوظائف وخلال الفترة 2003-2019 بلغ عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر الصينية المسجلة في المنطقة العربية 305 مشاريع بتكلفة استثمارية بلغت 61.7 مليار دولار وبمتوسط 202.3 مليون دولار لكل مشروع حيث وفرت تلك المشاريع 78484 وظيفة²، كما تعد مصر أكبر وجهة للاستثمارات الصينية في المنطقة العربية بتكلفة استثمارية 28.5 مليار دولار كما حلت في المقدمة أيضاً على صعيد الوظائف المولدة بإجمالي 23930 وظيفة أما سلطنة عمان والجزائر فقد شهدتا أكبر متوسط لحجم مشروع من حيث التكلفة الاستثمارية وتوفير فرص العمل على التوالي.

ومقارنة بعام 2017 فقد شهد عام 2018 ارتفاعاً في مؤشر عدد المشاريع وعدد الشركات المنفذة لها، كما ارتفعت مؤشرات التكلفة الاستثمارية الاجمالية للمشاريع والوظائف التي وفرتها. كما يوضح الشكل أن الولايات المتحدة تبقى أكبر بلد مصدر للاستثمارات في العالم بقيمة 250.5 مليار دولار وفي نفس الوقت هي أكبر بلد مستقبل للاستثمارات بقيمة 171 مليار دولار خاصة بعد الإصلاح الضريبي الذي قامت به أمريكا سنة 2017 لتشجيع الشركات الأميركية المنتشرة عالمياً على إعادة أرباحها إلى الولايات المتحدة والاستثمار فيها، كما زادت الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الصين بنسبة 4% عام 2018، ووصلت إلى أعلى مستوى لها بقيمة 139 مليار دولار أمريكي، ما يعادل أكثر من 10% من الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، وبذلك تعتبر الصين ثاني أكبر دولة مستقبلة لاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، حيث تعمل الصين على تحسين سياسات وقوانين الاستثمار لتوفير بيئة استثمارية مستقرة للمستثمر الأجنبي وجذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر.

¹ - الفايانانشيال تايمز، مرجع سابق.

² - المرجع نفسه.

المطلب الثالث: مؤشرات ضمان جاذبية الاستثمار في الدول العربية

ترتبط جاذبية الدول للاستثمار الأجنبي بثلاث مجموعات رئيسية من المحددات، تتألف كل مجموعة من عدد من المؤشرات الفرعية الفاعلة في مجال الاستثمار الأجنبي، وفي سنة 2019 شهد مؤشر ضمان جاذبية الاستثمار أربعة تغيرات رئيسية في مكوناته شملت¹:

- مؤشر الوساطة المالية والقدرات التمويلية: حيث تم تغيير جميع مكوناته وهذا باعتماد ثلاث مكونات جديدة وهي: مؤشر العمق المالي، مؤشر النفاذ المالي، مؤشر الكفاءة المالية؛
- مؤشر عناصر التكلفة: الذي شهد إلغاء أحد مكوناته الأربعة وهو تكلفة التصدير واعتماد مكون جديد وهو مؤشر أداء التجارة عبر الحدود؛
- مؤشر الأداء اللوجستي: تم إلغاء أحد مكوناته السبعة وهو مؤشر جودة البنية التحتية لوجود ارتباط كبير بينه وبين المؤشرات الستة المتبقية؛
- مؤشر اقتصاديات التكتل: حيث تم إلغاء مكون عدد الشركات متعددة الجنسيات العاملة داخل الدولة وإدراج مكون جديد وهو عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي الواردة من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

وستتناول هذه المؤشرات في المجموعات الثلاث التي تفسر ضمان جاذبية الاستثمار في الدول العربية كما يلي:

أولاً- مؤشر جاذبية مجموعة المتطلبات الرئيسية:

يمثل هذا المؤشر المقومات الضرورية التي تمكن الدول العربية المستضيفة من جذب المستثمرين، وتضم هذه المجموعة أربعة مؤشرات وهي: مؤشر الأداء الاقتصادي الكلي، مؤشر الوساطة المالية والقدرات التمويلية، مؤشر البيئة المؤسسية، مؤشر بيئة الأعمال.

وقد صنفت الدول العربية في المرتبة الخامسة على مستوى العالم في هذا المؤشر وهذا ما يوضحه الجدول رقم (11):

الجدول رقم (11): ترتيب الدول العربية في مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية سنة 2019

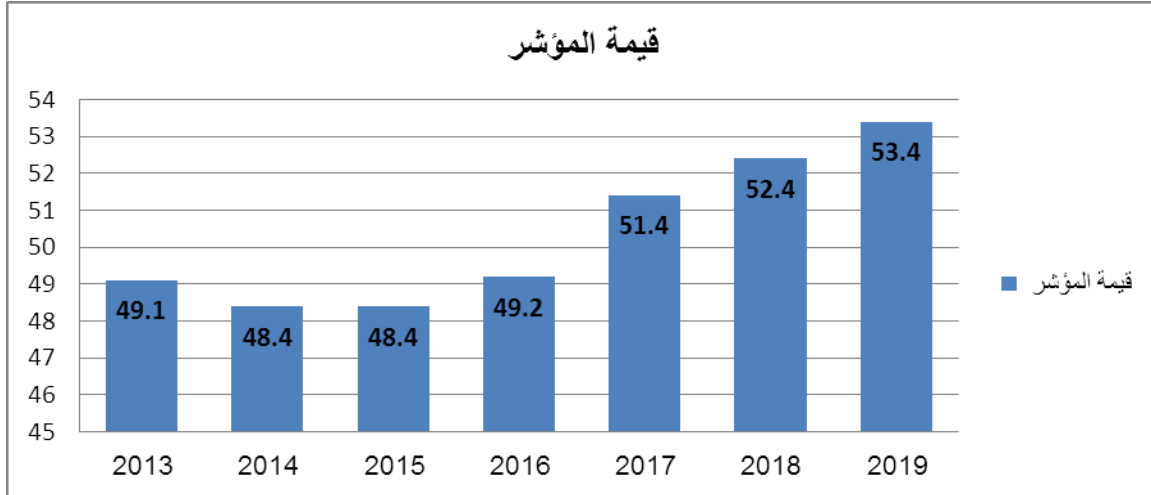
الترتيب	الأقاليم
01	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
02	دول شرق آسيا والمحيط الهادي
03	دول أوروبا وآسيا الوسطى
04	دول أمريكا اللاتينية والكاريبي
05	الدول العربية
06	دول جنوب آسيا
07	دول إفريقيا

Source: FDI Markets, from the Financial Times Ltd 2020.

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص 25.

يتضح من الجدول رقم (11) أن مجموعة منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية قد حلت في المرتبة الأولى في العالم في مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية لجذب الاستثمار في حين احتلت الدول العربية المرتبة الخامسة حيث بلغت قيمة المؤشر 53.4 نقطة ومتوسط ترتيب داخل المجموعة يبلغ 73 وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (19): تطور قيم وترتيب مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية في جاذبية الاستثمار في الدول العربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص 26.

نلاحظ من الشكل (19) أن هناك تطور ملموس في قيمة المؤشر في الدول العربية حيث ارتفع من 49.1 نقطة بمتوسط ترتيب عالمي بلغ 67 عام 2013 إلى 52.4 نقطة سنة 2018 بترتيب 73، أما قيمته ازدادت سنة 2019 حيث بلغ 53.4 نقطة بنفس ترتيب السنة الماضية، علما أن الأداء العربي يقل بـ 7.5 نقاط عن متوسط الأداء العالمي.

أما ترتيب مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية داخل الدول العربية نفسها فهو مبين في الجدول رقم (12) كالتالي:

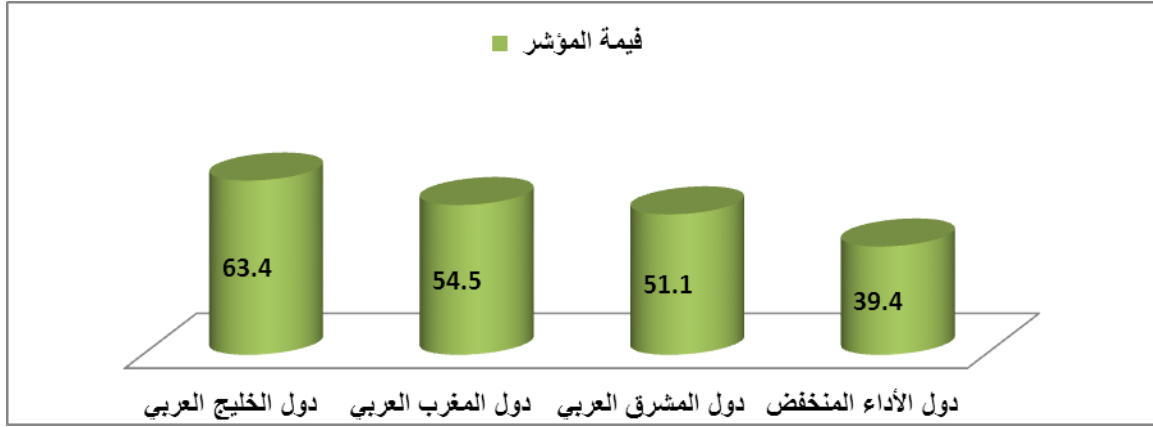
الجدول رقم (12): أداء مجموعات الدول العربية في مؤشر مجموعة المتطلبات الأساسية 2019

الدول العربية	قيمة المؤشر	متوسط الترتيب عالميا
دول الخليج العربي	63.4	50
دول المغرب العربي	54.5	63.4
دول المشرق العربي	51.1	82
دول الأداء المنخفض	39.4	101

Source: FDI Markets, Op.cit.

أرقام الجدول أعلاه يمكن ان نترجمها في الشكل رقم (20):

الشكل رقم (20): أداء مجموعات الدول العربية سنة 2019 في مؤشر المتطلبات الأساسية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (12).

تكشف بيانات مؤشر المتطلبات الأساسية حسب الشكل رقم (20) التفوق النسبي لدول الخليج تصدر قائمة الترتيب العربي بقيمة 63.4 نقطة بترتيب عالمي 50، وقد تميزت دول الخليج في مؤشرات: الوساطة المالية، القدرات التمويلية، بيئة أداء الأعمال بتفوق واضح وبفارق كبير عن بقية المجموعات العربية¹، ثم تليها دول المغرب العربي في المرتبة الثانية عربيا بقيمة 54.5 نقطة والتي تميزت على صعيد الأداء في مؤشر الاستقرار الاقتصادي الكلي الذي يعد عنصرا مهما في جذب الاستثمار حيث تسجل دول المغرب العربي في السنوات الأخيرة انخفاض في تقلب معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي مع استقرار في نسبة الدين العام الإجمالي إلى الناتج المحلي الإجمالي مع أداء جيد في متغير عدد أزمات سعر الصرف²، ثم دول المشرق العربي في المرتبة الثالثة، وفي المركز الرابع والأخير كانت مجموعة دول الأداء المنخفض.

ثانيا - مؤشر جاذبية مجموعة العوامل الكامنة:

يعتمد المستثمرون في اتخاذ قرار الاستثمار من عدمه في بلد معين إلى مجموعة من المحددات يمكن أن نطلق عليها العوامل الكامنة والتي تضم خمسة مؤشرات لجاذبية الاستثمار تتمثل في:

1. مؤشر حجم السوق وفرص النفاذ إليه؛
2. مؤشر الموارد البشرية والطبيعية؛
3. مؤشر عناصر التكلفة؛
4. مؤشر الأداء اللوجستي؛
5. مؤشر الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

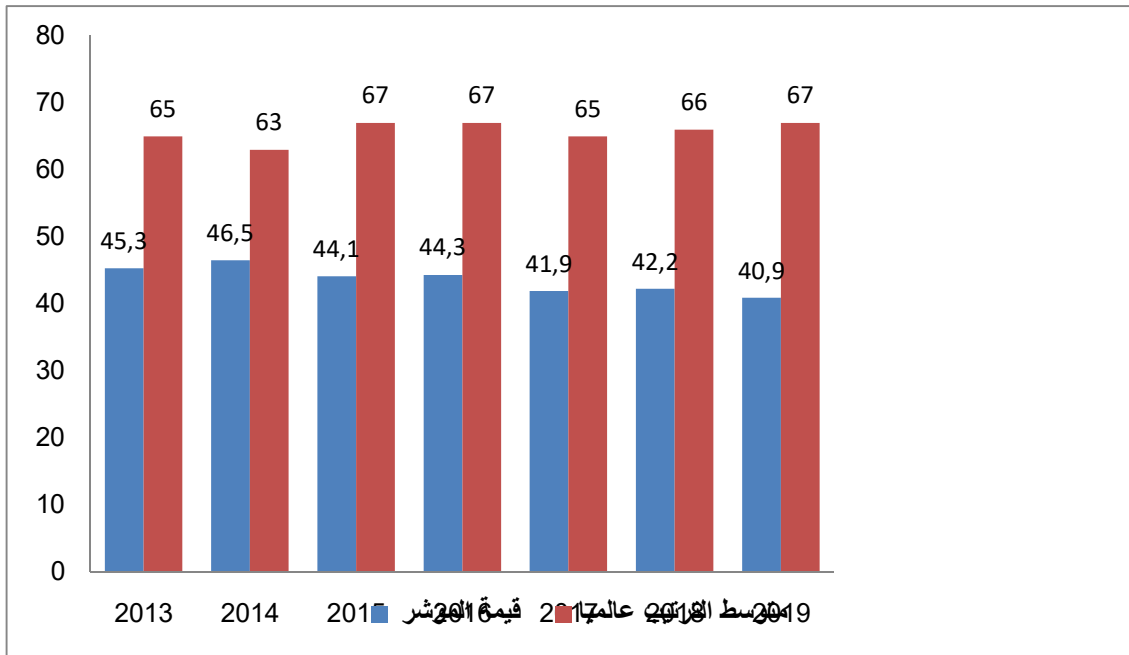
وسجلت الدول العربية خلال الفترة 2013-2019 المراتب التالية في مؤشر العوامل الكامنة يوضحها

الشكل رقم (21):

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص 28

² - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، المرجع نفسه، ص 31.

الشكل رقم (21): تطور قيم مؤشر مجموعة العوامل الكامنة في الدول العربية 2013-2019

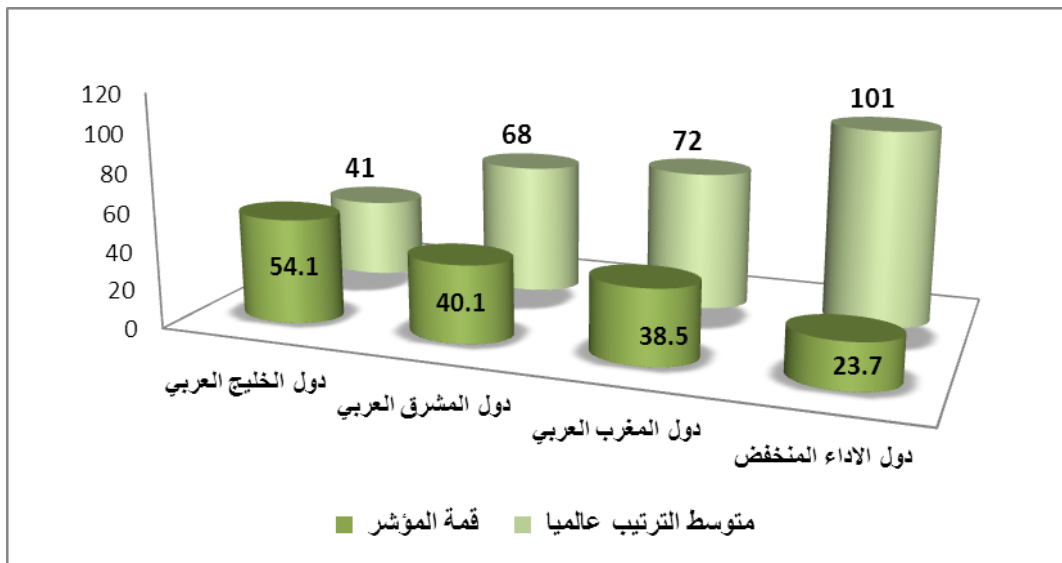


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2019، ص28.

الشكل رقم (21) يوضح أن أداء مؤشر مجموعة العوامل الكامنة في الدول العربية قد شهد تقلبات حيث كانت أحسن قيمة سنة 2014 بـ 46.5 نقطة بمرتبة 63 نقطة في متوسط الترتيب العالمي وأقل قيمة لهذا المؤشر كانت سنة 2019 حيث انخفض إلى 40.9 نقطة بمرتبة 67 نقطة في متوسط الترتيب العالمي.

أما عن أداء الدول العربية في هذا المؤشر يوضحها الشكل رقم(22):

الشكل رقم (22): أداء مجموعات الدول العربية في مؤشر العوامل الكامنة 2019



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2019، ص29.

الشكل رقم (22) يوضح استمرار التفوق النسبي لدول الخليج العربي بشكل عام، حيث تبقى هذه الدول تتصدر قائمة الترتيب العربي بـ 54.1 نقطة وبترتيب 45 عالمياً، حيث حققت دول الخليج أداءاً أفضل في مكونات مجموعة العوامل في المؤشرات الخمسة المذكورة سابقاً، ثم حلت مجموعة دول المشرق العربي في المرتبة الثانية في كل المؤشرات عدا مؤشر الموارد البشرية والطبيعية ومؤشر عناصر التكلفة التي كان أدائهاً متقارباً جداً مع دول المغرب العربي هذه الأخيرة التي احتلت المركز الثالث، لتحتل الترتيب الأخير دول الأداء المنخفض التي عليها اتخاذ خطوات إصلاحية في كامل مؤشرات جاذبية الاستثمار.

ثالثاً - مؤشر جاذبية مجموعة العوامل الخارجية الايجابية:

تمثل مجموعة العوامل الخارجية الايجابية العناصر المختلفة التي تعزز مقومات الدولة على صعيد اندماجها في الاقتصاد العالمي وكذلك امتلاكها لمقومات التقدم التكنولوجي والعناصر الأخرى التي تميزها عن باقي دول العالم، وتضم المجموعة مؤشرين¹:

- مؤشر اقتصاديات التكتل؛
- مؤشر عوامل التميز والتقدم التكنولوجي.

وترتيب الدول العربية في هذا المؤشر نوضحها في الجدول والشكل التاليين:

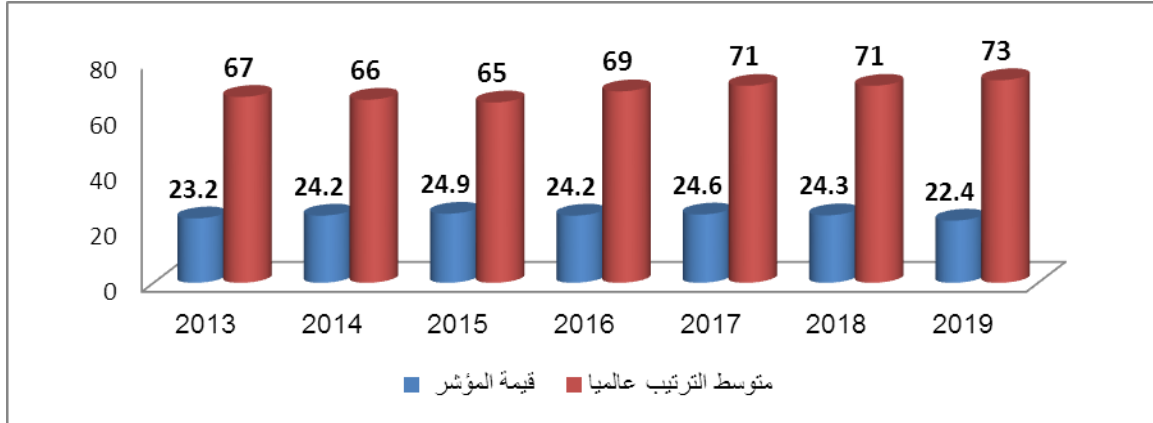
الجدول رقم (13): قيم مؤشر مجموعة العوامل الخارجية الإيجابية في الدول العربية 2013-2019

السنوات	قيمة المؤشر	متوسط الترتيب عالمياً
2013	23.2	67
2014	24.2	66
2015	24.9	65
2016	24.2	69
2017	24.6	71
2018	24.3	71
2019	22.4	73

Source: FDI Markets, , from the Financial Times Ltd 2020..

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص 30.

الشكل رقم (23): تطور قيم مؤشر مجموعة العوامل الخارجية الايجابية في الدول العربية 2013-2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم 13.

الشكل رقم (23) والجدول رقم (13) يثبت أن أداء هذا المؤشر شهد تراجعاً حيث سجل 23.2 نقطة سنة 2013 بمتوسط ترتيب عالميا 67 نقطة وقد ظل هذا الأداء منخفضاً بالمقارنة بالمتوسط العالمي حيث شهد تراجع سنة 2019 مقارنة بسنة 2018.

أما عن أداء مجموعات الدول العربية في هذا المؤشر يوضحها الشكل التالي:

الجدول رقم (14): أداء مجموعات الدول العربية في مؤشر مجموعة العوامل الخارجية الإيجابية عام 2019

الدول العربية	قيمة المؤشر	متوسط الترتيب عالميا
دول الخليج العربي	31.1	51
دول المغرب العربي	22.2	76
دول المشرق العربي	24.2	68
دول الأداء المنخفض	8.2	106

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص30.

توضح بيانات الجدول أعلاه أن دول الخليج تتصدر كل مرة الأداء العربي في مؤشر مجموعة العوامل الخارجية بـ 31.1 نقطة وبمتوسط لترتيب الدول 51 نقطة، حيث حققت أداءاً معتبراً في مؤشر عوامل التميز والتقدم التكنولوجي بـ 38.1 نقطة عن دول المشرق العربي بـ 26.6 نقطة، إلا أن أدائها في مؤشر اقتصاديات التكتل كان منخفضاً واحتلت المرتبة الثالثة بعد كل من المشرق العربي بـ 18.7 نقطة والمغرب العربي بـ 18.5 نقطة¹، أما دول المشرق العربي فقد احتلت المرتبة الثانية في مؤشر مجموعة العوامل الخارجية الايجابية نتيجة تحقيقها المرتبة الأولى في مؤشر اقتصاديات التكتل، في حين احتلت دول المغرب العربي المرتبة الثالثة بـ 22.2 نقطة وبترتيب عالمي 76 نقطة حيث حققت تميزاً في مؤشر اقتصاديات التكتل، أما المرتبة الأخيرة ترجع لدول الأداء المنخفض بفارق كبير عن بقية المجموعات.

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات 2019، مرجع سابق، ص30.

المبحث الثاني: نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات في العالم ومؤشراتها

الاستثمارات السياحية جزء لا يتجزأ من الاستثمار الكلي لأي دولة، حيث تنظر الحكومات إلى الاستفادة من خاصية تشابكه مع القطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى، الأمر الذي يتطلب الاستثمار في مختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق الاستفادة القصوى من الأثر المضاعف للاستثمار السياحي على باقي القطاعات خاصة الصناعية، مما يُقلل من حدة تبعيته للخارج وبالتالي توطين مستلزماته بدلا من استيرادها، ليتم بذلك تغذية القطاع السياحي من احتياجاته محليا.

المطب الأول: تطور حجم الاستثمارات السياحية**أولا- نصيب الاستثمارات السياحية في العالم:**

حجم الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي من مجموع الاستثمارات الأجنبية في العالم في تزايد ملحوظ، والجدول رقم (15) يوضحها:

الجدول رقم (15): حجم الاستثمارات السياحية في العالم الوحدة: مليار دولار

2018	2017	2016	2015	2013	البيان
1298	1497	1919	2032	1814	حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة
37.64	40.42	57.57	62.99	56.23	نصيب الدول العربية من الاستثمارات الأجنبية
526	698.3	850.8	824.3	782.1	نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات
3.2	6.5	3.1	5.3	/	نسبة النمو في الاستثمار السياحي %

Source: -The World Travel & Tourism Council 2019.

- UNCTAD World Investment Report 2019.

القراءة التحليلية للجدول رقم (15) توضح أن نصيب الاستثمار في مجال صناعة السياحة على مستوى العالم حسب تقرير UNCTAD ومجلس السياحة والسفر قد حقق بنهاية العام 2018 حوالي 935 مليار دولار، وحجم المبالغ الموجهة للاستثمارات السياحية في تزايد مستمر، كما أن نسبة الاستثمار السياحي من مجموع الاستثمارات بلغت أعلى قيمة لها سنة 2016 بنسبة 44% وأن الحركة السياحية الوافدة على مستوى العالم حققت زيادة بنسبة 6% مقارنة بسنة 2017، في حين حجم الاستثمار السياحي العربي بلغ 298 مليار دولار لنفس السنة¹.

أما أهم البلدان التي كانت بها أعلى نسبة للاستثمار السياحي سنة 2018 فهي الولايات المتحدة الأمريكية التي تحافظ على مكانتها كأكثر الدول استثمارة في صناعة السياحة بقيمة 200.6 مليون دولار كما أنها تعتبر من أكثر الدول جاذبية للاستثمار الأجنبي المباشر حيث تصنف كأكبر سوق لرأس المال الاستثماري والأسهم الخاصة في العالم، ويرجع ذلك إلى ما يوفره الاقتصاد الأمريكي من مزايا تتمثل في

¹ - تقرير UNCTAD، "تقرير الاستثمار العالمي"، صادر عن هيئة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2019.

كونه سوقاً استهلاكية من الطراز الأول، ونظاماً عالمياً للتعليم العالمي، يحوي قوة عاملة ماهرة ومنتجة، بالإضافة إلى انتشار ثقافة العمل الحر والمخاطرة، وتوفر بيئة تنظيمية تتسم بالشفافية.

تليها الصين بحجم استثمارات سياحية قدرت بـ161.5 مليون دولار ثم الهند بـ45.7 مليون دولار وتدخل الدول العربية سباق الاستثمارات السياحية ممثلة بالعربية السعودية التي احتلت المركز السابع في حجم الاستثمارات السياحية بقيمة 24.8 مليون دولار، تحتل اسبانيا المركز الثامن بحجم استثمارات 20.4 مليون¹.

ثانياً- اتجاهات وسياسات الاستثمار السياحي في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لعام 2019:²

بعد ستة عقود من النمو المستمر أصبحت السياحة محركاً مهماً للنمو الاقتصادي، ويساهم القطاع بشكل مباشر بنسبة 4.4% من الناتج المحلي الإجمالي، و6.9% من العمالة و21.5% من صادرات الخدمات في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. فهذا القطاع ذو أهمية اقتصادية واجتماعية وثقافية حيوية، ويوفر آفاقاً حقيقية للتنمية المستدامة والشاملة، ومع ذلك هناك حاجة إلى سياسات متكاملة وتطلعية لضمان أن هذا النمو يقدم بشكل أفضل فوائد للأشخاص والأماكن والاستثمارات.

ولأول مرة تجاوز عدد السياح الدوليين الوافدين 1.5 مليار سائح عالمي في عام 2019 ، مما يمثل زيادة قدرها 3.8% على أساس سنوي (منظمة السياحة العالمية)، استقبلت دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أكثر من نصف الوافدين العالميين (56.9%) في عام 2018 حيث تعتبر موطناً لبعض أفضل الوجهات السياحية في العالم، وتفوق النمو في عدد السائحين الوافدين إلى دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على المتوسط العالمي منذ عام 2014.

كما أن كل دولار ينفقه الزائرون الدوليون على السياحة يولد 89 سنتاً من القيمة المضافة المحلية في المتوسط في بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أكثر من الصادرات الإجمالية، هذا الإنفاق له آثار إيجابية غير مباشرة على القطاعات الأخرى والمجتمعات المحلية في الوجهات السياحية، من حيث الإيرادات والوظائف، ومع ذلك فإن السياحة الداخلية هي الدعامة الأساسية لقطاع السياحة في غالبية دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية حيث يمثل الأشخاص الذين يسافرون داخل بلدانهم 75% من الإنفاق السياحي، بينما على المدى القصير تكون صورة السياحة مختلطة، ويرجع ذلك أساساً إلى التوقعات الاقتصادية غير المؤكدة والصدمات الخارجية مثل الأزمات الصحية والظواهر الجوية الشديدة. ومن المتوقع أن تستمر السياحة طويلة الأجل في النمو، واستجابة لذلك تقوم الحكومات بتعديل سياساتها ووضع استراتيجيات حتى تتمكن المجتمعات المحلية والشركات السياحية الصغيرة ويمكن للوجهات الأقل تطوراً أن تشارك بشكل كامل في فوائد اقتصاد السياحة الديناميكي.

¹ World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

² - OECD, "Tourism Trends and Policies 2020", Key Findings, June 2020, P4-5.

ثالثاً - إعادة التفكير في الاستثمار السياحي من منظور الاستدامة:

حفزت العولمة والتقدم التكنولوجي النمو الكبير في السياحة العالمية مما أدى إلى انخفاض أسعار تذاكر الطيران، مما يسهل على الناس التخطيط وحجز رحلاتهم الخاصة، ثم مشاركة تجاربهم مع الأصدقاء في الوقت الفعلي. مع استمرار توقعات النمو القوي في السياحة العالمية، هناك حاجة إلى استثمارات كبيرة لتوفير الإقامة والنقل والخدمات الأخرى المتعلقة بالسياحة والبنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب المتوقع، مع تعزيز النتائج الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، حيث يضغط القطاع على البنية التحتية والبيئة والمجتمعات المحلية والقطاعات الاقتصادية الأخرى على الرغم من الإمكانيات الواضحة للسياحة كمحرك للتغيير الإيجابي، فمن المقبول على نطاق واسع أن نمو السياحة السريع أو غير المخطط له يمكن أن يكون له عواقب سلبية، على سبيل المثال يمكن أن يؤدي الاكتظاظ وازدحام البنية التحتية المتعلقة بالسياحة (السياحة الزائدة أو السياحة غير المتوازنة) إلى تدهور المواقع الطبيعية والتاريخية والمعالم الأثرية والمناظر الطبيعية والأماكن العامة إذا لم يتم ضبطه، فقد يؤثر بشكل كبير على التراث الثقافي والمواقع البيئية الحساسة، والحياة اليومية للمقيمين مما يؤدي غالباً إلى مواقف سلبية واستياء تجاه السياح والقطاع.

على سبيل المثال كان للضغط المفرط من السياحة في أمستردام وحولها تأثير سلبي على قابلية العيش في حين أن أماكن أخرى في هولندا لا تزال تستفيد بشكل غير كافٍ من فرص السياحة والفوائد الاقتصادية، ورداً على ذلك قدم المجلس الهولندي للسياحة والمؤتمرات استراتيجية منظور 2030 للتحول من الترويج للزيارة إلى إدارة الزوار، لبناء وجهة محبوبة وقيمة وصالحة للعيش لصالح الزوار والمقيمين على حد سواء، فهناك حجة متزايدة مفادها أن نجاح السياحة لا ينبغي قياسه فقط من خلال أعداد الزوار بل قدرته على المساهمة في الاقتصاديات المحلية والفوائد الصافية التي تقدمها للوجهات، علاوة على ذلك لا ينبغي اعتبار الاستثمار السياحي المستدام شكلاً خاصاً من أشكال الاستثمار، لكن يجب أن تسعى جميع أشكال الاستثمار السياحي إلى أن تكون أكثر استدامة، على الرغم من عدم وجود استجابة قياسية لهذه المشاكل، إلا أن الفشل في معالجة آثاره المتزايدة بشكل مناسب يمكن أن يؤدي إلى مخاوف بشأن قيمة السياحة للوجهات وحتى الاستياء تجاه الزوار كما يمكن أن يكون لديها القدرة على التأثير سلباً على القدرة التنافسية للوجهة على المدى الطويل، مما يعني أن بعض الوجهات قد تصبح ضحية لها.

حيث يعد التزام بالاستدامة مثلاً في السياحة النيوزيلندية هو مبادرة تقودها صناعة السياحة Aotearoa، وهي مصممة لضمان التزام كل شركة سياحة نيوزيلندية بالاستدامة بحلول عام 2025.

المطلب الثاني: الاستثمار في أماكن الجذب السياحي

تعتبر أماكن الجذب السياحي أحد أهم العناصر التي تسهم بشكل كبير في انتعاش حركة السياحة، كما أن الاستثمار في هذه الأماكن يزيد من جاذبية خدمات الدعم والمنشآت السياحية كالفنادق والمطاعم والحدائق والملاهي والمنتجات الصحية والترفيهية.... الخ، والتي يكون الهدف منها زيادة أعداد الزوار وزيادة إيرادات الدولة من هذا القطاع.

أولاً- أماكن الجذب السياحي والمقاصد السياحية وخدمات الدعم:

لا يوجد تعريف واضح وصريح لأماكن الجذب السياحي إلا أن التعريف الأكثر شمولية هو تعريف ويلش هيرن وستيفنز «أماكن الجذب السياحي هي إحدى المعالم المميزة لمنطقة ما، ويمكن أن تكون مكانا أو حدثا أو مجموعة من الأنشطة المختلفة، ولا بد أن تجمع بين الخصائص التالية¹:

- جذب الزوار من أهالي البلد أو السياح؛
 - إتاحة الفرصة للزوار لقضاء أوقات فراغهم في ممارسة شتى الأنشطة الترفيهية؛
 - إدارة المكان باعتباره مكانا لجذب السياح بشكل يرضي حاجاتهم ورغبتهم؛
 - توفير قدر ملائم من المنشآت والخدمات السياحية للوفاء بكافة متطلبات السياح
 - السماح بدخول الزوار والسياح مجانا أو مقابل رسوم؛
 - إدخال تطويرات على المكان باستمرار تخدم الغرض منه كمكان ترفيهي.
- كما تم تعريفها أيضا بأنها: «جميع المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية، والخدمات التكميلية التي تشمل خدمات البنى الفوقية والتحتية، بالإضافة إلى مزيج من الخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السائح»².

وعلى العموم أماكن الجذب السياحي تصنف إلى أربعة فئات رئيسية نوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): أنواع جاذبية الأماكن السياحية

أماكن الجذب السياحي الطبيعية	أماكن الجذب السياحي غير المصممة لجذب الزوار	أماكن الجذب السياحي المصممة خصيصا لجذب الزوار	الأحداث والمناسبات الخاصة
الشواطئ، الكهوف، الجبال والمنحدرات، الأنهار والبحيرات، الغابات، والأماكن البرية	الكاتدرائيات والكنائس المنازل الريفية، والبيوت والمواقع الأثرية، الحدائق التاريخية، المعالم الأثرية الصناعية، القطارات البخارية، البحيرات الصناعية	الحدائق، مدن الملاهي المتاحف المكشوفة، مراكز التراث، المشاتل الزراعية، المناطق الصناعية، المعارض المجمععات والمنشآت الترفيهية، المنتزهات وصلالات العرض، المنشآت السياحية على ضفاف الأنهار والشواطئ والجبال	الأحداث الرياضية سواء مشاهدتها أو المشاركة فيها، مهرجانات الفنون الأسواق والمعارض الأحداث الفلكلورية وتلك التي يتم فيها ارتداء الملابس التقليدية، الأعياد السنوية التاريخية، المناسبات الدينية

المصدر: جون سوار بروك، "فن تنمية وإدارة أماكن الجذب السياحي"، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق، الطبعة الثانية، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، مصر، 2017، ص19.

¹ - جون سوار بروك، "فن تنمية وإدارة أماكن الجذب السياحي"، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق، الطبعة الثانية، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، مصر، 2017، ص16.

² - نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، "الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون -منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص130.

الجدول رقم (16) يوضح جميع الأنواع الخاصة بأماكن ونطاق الجذب السياحي التي يمكن الاستثمار فيها كما أنه لا توجد فروق واضحة بين الأنواع الأربعة لأماكن الجذب السياحي حتى إنها في كثير من الأحيان تتداخل فيما بينها، وقد قدم Benckendorff 2006 تصنيف آخر لجاذبية الأماكن السياحية في اتجاهين، اتجاه أصلي (الطبيعي والبشري) والاتجاه الأفقي (دائمة ومؤقتة) أي أن الأنواع الثلاثة لأماكن الجذب السياحي تعد بصفة عامة أماكن جذب سياحي دائمة، بينما يندرج النوع الرابع (الأحداث والمناسبات الخاصة) ضمن أماكن الجذب المؤقتة¹.

فأماكن الجذب السياحي تمثل المادة الخام التي تعتمد عليها نوعية الاستثمار السياحي في المقاصد السياحية بشكل يسمح بالوفاء بمتطلبات الزوار وفي الوقت نفسه يحافظ على هذا المورد.

وهنا يمكن أن نشرح بوضوح مصطلحات مثل أماكن الجذب السياحي والمقاصد السياحية وخدمات الدعم، فأماكن الجذب السياحي تمثل وحدات منفصلة وفردية يتم رسم حدود لها بسهولة بناء على معلم أساسي واحد، بينما المقاصد السياحية تعد مناطق جغرافية أكبر حجماً تشتمل بدورها على عدد من أماكن الجذب السياحي المنفردة، ومتى بدأ المقصد السياحي في إثبات وجوده يتبعه في ذلك إنشاء مشاريع استثمارية لأماكن جذب سياحية ثانوية للسيطرة على السوق من خلال خدمات الدعم والمنشآت كالفنادق والمطاعم ونظم النقل التي تزيد من جاذبية هذه الأماكن وتوفر العديد من الخدمات للسياح²، حتى أن هذه المنشآت أصبحت تمثل بذاتها أماكن جذب سياحي مثل فندق Gleneagles في اسكتلندا الذي يقصده لاعبو الجولف، والأمر يصل إلى بعض وسائل المواصلات مثل طائرة الكونكورد والقطارات السريعة التي أصبح الركاب يقضون فيها أوقاتاً ممتعة خلال رحلتهم عليها كما لو كانوا في أحد المزارات السياحية، هذا علاوة على أن المنتجعات السياحية أمثال Club Med و Disney Land Paris تثبت أنه من الصعب التمييز بين أماكن الجذب السياحي والمقاصد السياحية وخدمات الدعم والمنشآت السياحية.

ثانياً - الاتجاهات الحديثة التي تحكم الاستثمار في أماكن الجذب السياحي:

لقد شهدت الألفية الثالثة زيادة سريعة في حجم الاستثمارات في أماكن الجذب السياحي الجديدة بكافة أنواعها التي تعتمد على أحدث الأساليب التكنولوجية وتفي بجميع احتياجات ومتطلبات السائح العصري، وعلى هذا أضحت الاستثمارات في القطاع السياحي خلال السنوات الأخيرة تحكمها الاتجاهات الأساسية التالية³:

- زيادة أعداد الأماكن السياحية التي تمتلكها مؤسسات استثمارية كبرى ذات رأس مال كبير يمكنها من مواصلة عمليات تجديد هذه الأماكن وتطويرها؛

¹ - Leurent BOTTI-Nicolas PEYPOCH –Bernardin SOLONANDRASANA, "Ingénierie du tourisme concepts, méthodes, application", groupe DE BOECK, 1ère édition, France, 2008, p 46.

² - جون سوار برونك، مرجع سابق، ص 24.

³ - المرجع نفسه، ص 101-105.

- إنشاء أماكن جذب سياحي مصممة خصيصا لتكون مقاصد سياحية متكاملة حيث تضم أماكن ترفيهية ومنافذ لبيع الأطعمة والمشروبات وأخرى للبيع بالتجزئة وأماكن للإقامة والمبيت؛
- استثمارات جديدة تخص المراكز والملاعب الرياضية التي تحولت من مجرد أماكن لإقامة الأحداث الرياضية المختلفة إلى مزارات سياحية في افتتاح متاحف رياضية تضم معروضات عن الفرق التي لعبت بأراضيها، وخير مثال على ذلك استاد Old Trafford الرياضي بمانشستر، و استاد Neu Camp ببرشلونة، و استاد Croke Paek بمدينة دابلن الأيرلندية؛
- فتح مزارات صناعية «السياحة الصناعية» التي ظهرت في الآونة الأخيرة حيث يقوم السياح بزيارة المصانع ومواقع العمل ونذكر ثلاث إنجازات قد تم تحقيقها في هذا القطاع:
 - 1) افتتاح مزارات سياحية جديدة داخل مواقع العمل نفسها، مثل مزار Opel Live السياحي بمدينة راسلهايم بألمانيا وهو أحدث مصانع السيارات في العالم¹، ومركز Wedgwood Visitor Centre بالمملكة المتحدة الخاص بالسيراميك والفخار²؛
 - 2) استثمارات سياحية معتمدة على أحدث التطبيقات التكنولوجية المتطورة، بعيدا عن مواقع العمل والمناطق الصناعية لكن ضمن نطاق منطقة الإنتاج مثل مزار World of Coca-Cola بمدينة أتلانتا الأمريكية الذي يستقبل سنويا حوالي مليون زائر، شركة Waterford Crystal بأيرلندا المتخصصة في الزجاج حيث يزورها سنويا 550 ألف زائر، شركة Parfumerie Fragonard المتخصصة في إنتاج العطور والتي يزورها سنويا 300 ألف زائر سنويا؛
 - 3) استثمارات سياحية لإنشاء أماكن جذب في المدن الكبرى الهدف منها الترويج للعلامات التجارية الشهيرة، لكنها تبعد عن منطقة الإنتاج الفعلية، مثل مزار Sony Wonder بمدينة مانهاتن نيويورك، وهو متحفاً تفاعلياً يركز على إطلاع الزوار على أحدث التطورات في معالجة الإشارات والتصوير الطبي والرسوم المتحركة والنقاط الحركة ثلاثية الأبعاد، حيث يتم منح المستفيدين بطاقة RFID عند دخولهم ويطلب منهم إدخال بعض معلومات المستخدم للمساعدة في تخصيص تجربتهم³، أيضا شركة Cadbury بإنجلترا المتخصصة بالشوكولاتة حيث يزورها 600 ألف زائر سنويا⁴؛
- إسهام التمويل الحكومي في الاستثمارات السياحية في بعض الأنواع الجديدة من أماكن الجذب السياحي، مثل تلك التي أنشأت في المملكة المتحدة والممولة من قبل هيئة اليانصيب الوطني البريطاني؛

¹- OPEL : Chez Nous, en Europe et dans le Monde, sur le site: <https://www.opel.fr/a-propos-d-opel/implantations.html> consulter le 07/11/2020.

²- Wedgwood collection 'saved for nation' sur le site <https://www.bbc.com/news/uk-england-stoke-staffordshire-29460282> consulter le 07/11/ 2020.

³- Visiting Sony Wonder Tech Lab, sur le site:

<https://mythesisprocess.wordpress.com/2015/02/17/visiting-sony-wonder-tech-lab/> consulter le 18/11/ 2020.

⁴- جون سوار بروك، مرجع سابق، ص 153.

- افتتاح العديد من متاحف الفنون الحديثة، مثل متحف Tate Moderne بالعاصمة البريطانية لندن ومتحف Guggenheim بمدينة "بلباو" الإسبانية وعادة ما تقام مثل هذه المشاريع في مدن تسعى إلى أن تكون مقاصد سياحية كما هو الحال في مدينة لندن.

ثالثاً- أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي عبر العالم:

إن المعيار الذي يتحدد على أساسه نجاح مكان الجذب السياحي من عدمه يتمثل في كيفية إستجابة السوق ومدى تقلبها لهذا المنتج، ومن هذا المنطق يتعين على القائمين على إنشاء استثمارات سياحية فهم متطلبات سوق الجذب السياحي فهما جيداً، لأنه لا توجد سوق واحدة للجذب السياحي يسهل تحديدها والتعرف على متطلباتها وتقييم مستوى النجاح فيها، بل هناك عدة مستويات في هذه السوق بشكل هرمي¹:

- سوق محتملة التي تشمل جميع السكان؛
- سوق فعلية؛
- السوق التي تستهدف فئات معينة؛
- الأسواق الخاصة بأنواع معينة من أماكن الجذب السياحي.

1- أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في أوروبا وأمريكا الشمالية:

على العموم زيارة الأماكن السياحية تتطلب توافر عاملين هما الوقت والمال، وتجدر الإشارة إلى أن معظم المدن الأوروبية وأمريكا الشمالية تعتبر الموطن الأصلي لأغلب أماكن الجذب السياحي المعروفة في العالم، ولهذا ليس من الغريب أن تضم هذه المدن عددا كبيرا من مختلف الأماكن والمزارات السياحية كما هو موضح في الجدول رقم (17):

الجدول رقم (17): أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن أوروبية وأمريكية

باريس	لندن	كوبنهاجن	برشلونة
• كاتدرائية لوتردام 5.9 مليون زائر سنويا	• المتحف البريطاني 5.8 مليون زائر سنويا	• حدائق الترفيهية 3.4 مليون زائر سنويا	• حديقة الأسماك L'aquarium 1.6 مليون زائر سنويا
• تل Montmartre 6 مليون زائر سنويا	• صالة العرض القومية مليون زائر سنويا	• المتحف القومي نصف مليون زائر سنويا	• القرية الاسبانية 1.4 مليون زائر
• برج ايفل 5.9 مليون زائر سنويا	• برج لندن 2.7 مليون زائر سنويا	• متحف الفن الحديث بمدينة لوزيانا 450 ألف زائر	• كنيسة 1.2 مليون سائح
• مركز 4.63 مليون زائر سنويا	• متحف العلوم 1.7 مليون زائر سنويا	• مركز العلوم 460 ألف زائر سنويا	• معلم السياحي 700 ألف زائر سنويا
• قصر فارساي الملكي 2.89 مليون زائر سنويا	• مدينة الملاهي 1.8 مليون زائر سنويا	• برج 4.7 مليون زائر سنويا	• متحف لندن الحديث نصف مليون زائر سنويا
• متحف Dorsay 2.43 مليون زائر سنويا	• كاتدرائية 2 مليون زائر سنويا	• متحف الدولة للفنون 4.3 مليون زائر سنويا	• حديقة الترفيهية 450 ألف زائر سنويا
• معلم أثري 1.54 مليون زائر			
• متحف التاريخ الطبيعي 1.4 مليون زائر سنويا			

¹-جون سوار بروك، مرجع سابق، ص 111-112.

مليون زائر سنويا	متحف الفن الحديث بمدينة أركن 250 ألف زائر سنويا	المتحف القومي نصف مليون زائر سنويا	
جلاسكو (اسكتلندا)	نيويورك	شيكاغو	
<ul style="list-style-type: none"> • معلم The Time Capsule السياحي 720 ألف زائر سنويا • متحف النقل 410 ألف زائر • صالة عرض Modern Art 430 ألف زائر سنويا • قرية Lanark الحديثة 420 ألف زائر سنويا • الكاتدرائية 122 ألف زائر • الحدائق النباتية 430 ألف زائر سنويا • صالة عرض Butrell 360 ألف زائر • متحف St Mungo 131 ألف زائر سنويا 	<ul style="list-style-type: none"> • الحديقة المركزية Central Park 2000 زائر سنويا • الميناء South Street 10000 زائر سنويا • جزير Ellis وتمثال الحرية 5000 زائر • متحف الفن Metropolitan Museum of Art 5000 زائر سنويا • المتحف الأمريكي للتاريخ الطبيعي 3500 زائر • مرفأ World Trade 1800 Center Observation زائر سنويا • متحف الفن الحديث 1700 زائر سنويا • مبنى الأمم المتحدة 400 زائر سنويا • متحف New York Historical Society 	<ul style="list-style-type: none"> • معلم Navy Pier السياحي 8183 زائر • حديقة الحيوانات لينكولن 3000 زائر • حديقة الأسماك Shedd Aquarium 1981 زائر • متحف العلوم والصناعة 1750 زائر سنويا • متحف الفنون Art Institute of Chicago 1451 زائر سنويا • برج The Sears 1302 Tower Skydeck زائر • متحف شيكاغو للأطفال 472 زائر سنويا • متحف علم الفلك Adler Planetarium 273 زائر • أوبرا Chicago Museum 171 زائر سنويا 	<ul style="list-style-type: none"> • كنيسة الفاتيكان 3.6 مليون زائر سنويا • مدرج الروماني 2.5 زائر • معلم Villa Este 640 ألف زائر سنويا • صالة عرض الفنون 600 Palatine ألف زائر سنويا • قلعة 550 ألف زائر سنويا • مجمع Hadrian's Villa 320 ألف زائر • معلم Ostia Antica 310 ألف زائر سنويا

المصدر: جون سوار بروك، "فن تنمية وإدارة أماكن الجذب السياحي"، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق، الطبعة الثانية، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، مصر، 2017، ص 139-140.

2- أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في آسيا:

من أهم مدن الجذب السياحي في آسيا نوضحها في الجدول رقم (18):

الجدول رقم (18): أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن آسيوية

كوالا لمبور	سيول	سنغافورة	طوكيو
<ul style="list-style-type: none"> • برجاً بتروناس التوأماً • أكواريا كوالالمبور Aquaria KL • مركز التكنولوجيا Petrosains 	<ul style="list-style-type: none"> • حي بوكتشون هانوك • فيليدج (900 منزل كوري تقليدي) • القصر الملكي جيونج كجونج Gyeongbokgung 	<ul style="list-style-type: none"> • جزيرة Sentosa Island 18 مليون زائر سنويا • سي اكورايوم S.E.A. Aquarium 5 مليون سائح 	<ul style="list-style-type: none"> • برج طوكيو سكاى تري • معبد سينسوجي • قلعة ماتسوموتو • مجمع روبونجي هيلز طوكيو

<ul style="list-style-type: none"> • حديقة مركز مدينة كوالالمبور • حديقة طيور كوالالمبور • منارة كوالالمبور • متحف الفن الاسلامي islamic arts museum kuala lumpur • ميدان ميرديكا Kuala Lumpur • حديقة Butterfly Park الفراشات • القبة الفلكية National Planetarium • حديقة الحيوانات Zoo Negara • المدينة الادارية Putrajaya Malaysia • كهوف باتو (المعبد الهندي) • ملاهي تايمز سكوير Berjaya Times Square • اكبر مدينه ملاهي مغطاه 	<ul style="list-style-type: none"> • سوق Myeongdong • برج N seoul Twon • مدينة الملاهي lotte World • حديقة هوانغ سونغ • متحف Seoul Museum of History • حديقة Bukhansan National Park • متحف بوكتشون للفنون Bukhansan National Park • متحف Leeum • متحف Samsung Museum of Art • مركز تسوق Myeongdong Shopping Street 	<ul style="list-style-type: none"> • شارع Orchard Road • 14 مليون زائر سنويا • الحي الصيني Chinatown • الحديقة النباتية • حديقة الطيور Jurong Bird Park • 850 ألف زائر سنويا • فيلا Haw Par Villa • Dragon World • ممشى اليزابيث Elizabt Walk • 6 مليون زائر سنويا 	<ul style="list-style-type: none"> • معبد كيوميرو ديرا • حديقة شينجوكو الوطنية • متحف ناغاساكي للقنبلة الذرية • شيبويا للتسوق Shibuya • برج طوكيو سكاى تري • 4.9 مليون زائر • القصر الامبراطوري • برج طوكيو • حديقة أوينو بارك • طوكيو ديزني لاند • 20 مليون زائر سنويا • متحف ميراکان المتحف الوطني للعلوم الناشئة والإبتكار • متحف طوكيو الوطني للفنون Kokuritsu Shin-Bijutsukan
--	---	--	---

Source:

-Travel and Tourism Competitiveness Report 2018.

-Linda Dunsmore, 20 Must-Visit Attractions in Seoul, 9 July 2019, in the site:

<https://theculturetrip.com/asia/south-korea/articles/20-must-visit-attractions-in-seoul/>
 consulter le: 21 /11/ 2020

-Bryan Dearsley, 12 Top-Rated Tourist Attractions & Things to Do in Tokyo, Nov 17, 2020, in the site: <https://www.planetware.com/usa/best-places-to-visit-in-the-united-states-us-ny-21.htm> , consulter le: 13/ 11/ 2020,

-Sarah Anne Lee, 20 Must-Visit Attractions in Kuala Lumpur, in the site:

<https://theculturetrip.com/asia/malaysia/articles/20-must-visit-attractions-in-kuala-lumpur/>,
 consulter le:12/ 11 /2020

الجدول رقم(18) يوضح أن البلدان الآسيوية هي الأخرى تصنف مدها ضمن أجمل مدن العالم وأكثرها جذبا للسياح، ومن أهمها طوكيو، سنغافرة، كوالا لمبور، سيول، وذلك لما تمتلكه هذه المدن من طبيعة جغرافية خلابة، وثقافة وتاريخ عريق، تشمل المتاحف والمتنزهات والمسارح التراث والأوبرا، وأنشطة ترفيهية لا مثيل لها، فمثلا اليابان كل شيء مميز ورائع بها، بداية من الخدمات إلى الشوارع والناس.

3- أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في بعض الدول العربية والإفريقية:

تضم إفريقيا والدول العربية عددا من أجمل المدن السياحية في العالم التي تستقطب ملايين السياح سنويا، ومن أهم هذه المدن نوضحها في الجدول رقم (19):

الجدول رقم(19): أشهر إستثمارات أماكن الجذب السياحي في مدن افريقية وعربية

دبي	كيب تاون	الأقصر وأسوان
برج العرب Burj Al Arab	متنزه جبل الطاولة	● معبد الكرنك Karnak Temple
برج خليفة Khalifa Burj	Table Mountain	● معبد الأقصر Luxor Temple
نوافير دبي الراقصة Dubai Dancing Fountain	24 مليون زائر سنويا	● كورنيش الأقصر Luxor Cornish
القرية الترفيهية العالمية Dubai Global Village	حدائق كريستنبوش	● مقابر النبلاء Tombs of the Nobles
جزيرة النخلة Palm Jumeirah	Kirstenbosch National Gardens	● متحف التحنيط
متحف دبي	واجهة فيكتوريا وألفريد البحرية	Mummification Museum
حي البستيكة Bastakiya	The Victoria and Alfred Waterfront	متحف الأقصر Luxor Museum
دبي مول The Dubai Mall	قرية بوكاب Bo-Kaap	وادي الملوك Valley of the Kings
سوق ديرة للذهب Dubai Gold Souk	عجلة كيب تاون The Cape Wheel	جزيرة الموز Banana Island
متحف دبي Dubai Museum	منطقة الاعمال المركزية كيب	أسواق الأقصر Market Luxor
مسجد جميرا Jumeirah Mosque	تاون The Cape Town CBD	معابد أبيدوس Temples of Abydos
أوبرا دبي Dubai Opera	متحف المقاطعة السادسة	معبد خنوم في إسنا Temple of Khnum at Esna
سكي دبي Ski Dubai	District Six Museum	متحف كوم أمبو
دبي دولفيناريوم Dubai Dolphinarium	أكواريم المحيطين	السد العالي
حوض الحجيرات المفقودة IMG Worlds of Adventure	Two Oceans Aquarium	منتجع هيلتون بأسوان
ليغو لاند دبي Legoland Dubai	منطقة ترفيهه وبيع Waterfront	
مدينة المغامرات IMG Worlds of Adventure	نصب رودس التذكاري	
مدينة الملاهي موشنجيت دبي	Rhodes Memorial	
حديقة أكوافنتشر المائية Aquaventure Waterpark	قلعة الرجاء الصالح	
	The Castle of Good Hope	

المصدر:

-أميرة هنداوي، السياحة في الأقصر وأهم معلم يستحقوا زيارتك، على الرابط:

<https://tourflag.com/> consulter le 13-11-2020.

- موسوعة المسافر، Travelerpedia دليلك إلى أفضل أماكن السياحة في دبي على الرابط:

<https://news.travelerpedia.net/destinations>, consulter le 08/12/2020.

-Places To Visit In Cape Town, in the site:

<https://www.holidify.com/places/cape-town/sightseeing-and-things-to-do.html>
consulter le 29-12-2020

يوضح الجدول رقم (19) أحسن مدن الجذب السياحي في دول عربية وإفريقية، حيث صحت السياحة الصورة القاتمة التي لطالما تم تداولها عن إفريقيا وبعض الدول العربية، وقدمت السياحة معلومات تفصيلية عن هذه الأماكن كأجمل وأعرق الوجهات السياحية في العالم لتمتعها بتراث تاريخي وثقافي ومعالم طبيعية لا تضاهي، ومن أهمها الأقصر وأسوان بمصر، وكيب تاون بجنوب إفريقيا ودبي بالإمارات العربية المتحدة.

المطلب الثالث: صناعة الضيافة والاستثمار السياحي

لعل أهم مؤشر على نمو الاستثمار السياحي هو تضاعف معدل نمو المشاريع المتعلقة بالضيافة التي تعتبر عصب صناعة السياحة في كل دولة، فوجود شبكة قوية من الفنادق ينشط السياحة بجانب المنتجعات والقرى السياحية والمطاعم.

أولاً- الفنادق:

يعرف الفندق بأنه "منظمة إدارية ذات سمات اقتصادية واجتماعية تقدم الضيافة في إطار القوانين المحلية والدولية لقاء أجر محدد للضيف داخل بناء مصمم لهذا الغرض"¹، وهذا ما يؤكد أن للفنادق بعد تنظيمي (هيكل تنظيمي) وبعد اجتماعي (عمليات التفاعل الاجتماعي) وبعد تجاري (نشاط تسويقي يعمل على اشباع الحاجات مقابل سعر محدد)².

1- تصنيف الفنادق عالمياً:

وتصنف الفنادق وفق عدة معايير تختلف حسب قيمة وحجم الاستثمارات في صناعة الضيافة والتي تختلف من بلد لآخر ويتم تصنيف الفنادق حسب:

- حسب الدرجات: تصنف الفنادق وفق هذا المعيار إلى:

درجة ممتازة Deluxe، الدرجة الأولى First Class، الدرجة الثانية Second Class؛

الدرجة الثالثة Third Class، الدرجة الرابعة Forth Class.

- حسب الأسعار: تصنف الفنادق حسب هذا المعيار إلى:

الغالية جدا Luxury، الغالية Upscale، المتوسطة Mid-Price، الاقتصادية Economy

الرخيصة Budget

- حسب النجوم: مهما اختلفت معايير تصنيف وتقييم الفنادق من بلد إلى آخر (مستوى الخدمات

والراحة والنظافة والموقع والأسعار في الفندق)، إلا أن الجميع متفقون على نظام تصنيف مؤلف من 5

درجات:

¹ - أكرم عبد الرحمان، "تسبة الأشغال الفندقية مع التطبيق على صناعة الفنادق العراقية 2002-2007"، مجلة كلية بغداد للعلوم

الاقتصادية الجامعة، العدد 35، 2013، ص73.

² - أكرم عبد الرحمان، المرجع نفسه، ص74.

- فنادق النجمة الواحدة One Star: تتوفر في هذه الفنادق الخدمات الأساسية فقط في الغرف ويعمل لمدة 7 أيام في الأسبوع، ومن المرجح أن لا يكون هناك أي مطعم أو مقهى في الفندق؛
 - فنادق النجمتين Two Star: يمكن أن يتوفر جهاز تلفزيون وهاتف في الغرفة، كما تتوفر حمامات داخلية ومطعم أو مقهى في الفندق كما أن مستويات الخدمة والنظافة والصيانة تكون أفضل فيها
 - فنادق 3 نجوم Three Star: يوجد عدة فئات من الغرف لنزلاء فنادق الـ 3 نجوم، بالإضافة إلى مطعم وصالة رياضية بسيطة وقاعة مؤتمرات أو مركز أعمال؛
 - فنادق 4 نجوم Four Star : توفر فنادق الـ 4 نجوم مستوى أعلى من جودة الخدمة، ويتم توظيف عدد أكبر من العمال والموظفين للسهر على راحة النزلاء، وتتوفر خيارات متنوعة من الغرف بما فيها الأجنحة، كما يمكن أن تتوفر العديد من المطاعم والمقاهي والمرافق التجارية، بالإضافة إلى خدمات الاستقبال والإرشاد وحمامات السباحة وصالة للألعاب الرياضي؛
 - فنادق 5 نجوم Five Star: تتوفر في فنادق الـ 5 نجوم جميع ميزات فنادق 4 نجوم، بالإضافة إلى مستويات استثنائية من خدمة النزلاء، مع ضمان مستويات مرتفعة من النظافة والضيافة.
- 2- أشهر دول العالم التي تمتلك فنادق خمسة نجوم:

إن أبرز دول العالم التي تمتلك فنادق خمسة نجوم حتى سنة 2018 نوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(20): أبرز الدول التي تمتلك فنادق 5 نجوم

عدد الفنادق 5 نجوم	البلدان
2355	الصين
718	الهند
646	المكسيك
505	ايطاليا
468	تركيا
450	الولايات المتحدة الامريكية
400	اليونان
388	اسبانيا
369	فرنسا
354	تايلاندا
337	المملكة المتحدة
311	البرازيل
155	السعودية
120	الامارات

المصدر: موقع booking.com على الرابط:

<https://www.booking.com/fivestars/index.ar.html>, consulter le 05/06/2020

الجدول رقم (20) يوضح أن الصين بها أكبر عدد من الفنادق 5 نجوم بـ 2355 فندق حيث يوجد بمدينة شنغهاي لوحدها 174 فندق وبكين 135 فندق من فئة الخمس نجوم، تليها الهند بـ 718 فندق وفي

المرتبة الثالثة المكسيك بـ646 فندق، ثم إيطاليا بـ505 فندق لتحتل تركيا المرتبة الخامسة في العالم بعد الفنادق خمس نجوم التي يقدر عددها بـ468 فندق حيث يوجد في اسطنبول لوحدها 142 فندق من فئة الخمس نجوم، هذه الفنادق التي توفر أحدث وسائل الرفاهية العصرية، لتدخل الدول العربية سباق الدول التي تحتوي على عدد من الفنادق خمس نجوم ممثلة بالسعودية والإمارات العربية.

3- أبرز الدول التي تمتلك أكبر عدد الفنادق المظلة على الشواطئ:

أهم عشر دول التي تتمتع بأكثر عدد من الفنادق المظلة على الشواطئ، والتي تعد من أبرز الوجهات السياحية مشاهد ومتعة وترفيها استثنائية، نوضحها في الجدول رقم (21):

الجدول رقم (21): الدول صاحبة أكبر عدد من الفنادق المظلة على الشواطئ في العالم لسنة 2018

الترتيب	الدولة	عدد الفنادق
1	تاييلاند	1250
2	الولايات المتحدة الأمريكية	1016
3	المكسيك	943
4	اسبانيا	736
5	الفليين	591
6	اليونان	576
7	ايطاليا	528
8	تركيا	418
9	مصر	342
10	سيريلانكا	297

المصدر: موقع World atlas، قاعدة بيانات العالم أطلس، مؤشرات السياحة الرئيسية، على الموقع:

<https://ar.knoema.com/atlas/%20consultar%20le%3A%2018%2F02%2F2021>

الجدول رقم (21) أعلاه يؤكد أن الولايات المتحدة وأوروبا ظلت تهيمنان لفترة طويلة على هذا النوع من المنتجعات قبل أن تدخل آسيا مؤخرا باستثمارات ضخمة في هذا المجال، خاصة تاييلاند التي سبقت دولا لها باعا طويلا في السياحة مثل الولايات المتحدة والمكسيك وإيطاليا، وقد أظهرت استطلاعات منظمة السياحة العالمية أن تاييلاند تضم أكبر عدد من الفنادق المظلة على الشواطئ على مستوى العالم وهو انتصار كبير للدول الآسيوية الصغيرة التي تقدر إجمالي مساحتها بمساحة ولاية واحدة فقط من الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه النتيجة التي استحوذت عليها الدول الآسيوية يؤكدتها التدفق السياحي الهائل لها نتيجة رغبة السياح في استكشاف وجهات سياحية صاعدة في آسيا حيث أصبحوا يفضلونها على المنتجعات الفاخرة في مناطق الكاريبي والبحر المتوسط حيث قدر عدد الوافدين الى تاييلاند سنة 2018 حوالي 38.18 مليون سائح¹، حيث تفوقت على كل من سويسرا والمملكة المتحدة وبولندا وبلجيكا والنمسا وبلغاريا، فحادثة عهد آسيا على خريطة السياحة زاد بريقها في أعين السياح في العالم منذ 2011.

¹ بيانات البنك الدولي، منظمة السياحة العالمية، الكتاب السنوي للإحصاءات السنوية، 2018.

4- فاعلية الاستثمار السياحي في الفنادق:

تظهر قوة وفاعلية الاستثمار السياحي من خلال نمو وتطور عدد الفنادق والأسرة وطاقاة الإيواء والمبيت في العالم، وتعتبر الفنادق أحد الأعمدة الرئيسية لصناعة السياحة حيث أن السائح مهما تجول فإنه بحاجة إلى مكان مريح يوفر له الخدمة اللائقة، فوجود شبكة قوية من الفنادق ينشط السياحة، والمتتبع لصناعة السياحة في العالم يلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن قطاع الفنادق قد شهد حركة استثمارات واسعة من مختلف الفئات وفي مختلف مناطق العالم نجم عنها زيادة في عدد الفنادق ومن البديهي صاحبها توفير المزيد من الغرف وليالي المبيت.

وقد أدرجت عام 2006 موسوعة غينيس للأرقام القياسية فندق العالم الأول في مرتفعات جنتنغ في ماليزيا كأكبر فندق في العالم إذ يضم 6118 غرفة.

ويحتل فندق جي دبليو ماريوت ماركيز في مدينة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة لقب أطول فندق في العالم بارتفاع 1166 قدم حسب أرقام جنيس العالمية عام 2015، ويضم 1600 غرفة و14 مطعم، كما تمتلك الإمارات وحدها أربع فنادق في قائمة الخمس فنادق الأولى الأطول في العالم ويأتي بعدها برج بايوك الثاني في تايلاند بارتفاع 997 قدم.

أما أعلى فندق هو فندق والدورف أستوريا نيويورك في مانهاتن، الذي قامت مجموعة آنيانغ للتأمين ومقرها الصين بشراؤه بمبلغ 1.95 بليون دولار أمريكي سنة 2014، ما يجعله أعلى فندق يباع على مدى التاريخ¹.

أما عن أكثر المدن حول العالم من حيث احتضانها للغرف الفندقية السياحية حسب موقع Business Insider لسنة 2016 فقد شملت مدينة عربية واحدة هي دبي، حيث جاء الترتيب كما يلي:

- لاس فيجاس أمريكا 152 ألف غرفة؛
- أورلاندو أمريكا 150 ألف غرفة؛
- باريس فرنسا 140 ألف غرفة؛
- برشلونة اسبانيا 120 ألف غرفة؛
- شيكاغو أمريكا 100 ألف غرفة؛
- نيويورك أمريكا 100 ألف غرفة؛
- واشنطن أمريكا 100 ألف غرفة؛
- بانكوك تايلاند 100 ألف غرفة؛
- دبي الإمارات 90 ألف غرفة؛
- لندن بريطانيا 85 ألف غرفة.

¹ - Robert Frank, "Waldorf becomes most expensive hotel ever sold 1,95 billion", on the site <https://web.archive.org/web/20150626115740/http://www.cnbc.com/id/102062617> consuter le 02-07- 2020

ثانياً - الإستثمار في المطاعم وأفضلها عالمياً:

إن تجربة تناول الطعام في الخارج أصبحت تجرّبه عالميه، فالأفراد من جميع الجنسيات، والأعمار والمستوى الاجتماعي، يأكلون و يشربون في المطاعم المحلية وحتى العالمية، ولقد استفاد سوق المطاعم العالمية من الحالة العامة للدول من زيادة في الدخل والمستوى المعيشي المرفهة لبعض الناس والذي جعل سعيهم وراء تناول الأطعمة في الخارج حازه مستمرة، لهذا ازدادت الاستثمارات في إنشاء المطاعم عبر العالم حيث يعتمد هذا النوع من الاستثمار في المقام الأول على الموقع الجغرافي قبل نوعية المأكولات المقدمة حيث أن الموقع الجغرافي للمطعم هو ما يميز المطعم في كثير من الأحيان و يجعله يمتلك الشهرة بين الناس، وعلى الجانب الآخر توجد مطاعم في أماكن جغرافية ليست بالقدر الكافي من الإثارة ولكنها تتمتع بالإقبال الشديد وذلك لجودة المأكولات والخدمة، حيث يتطلب إنشاء المطاعم اليوم استثمارات ضخمة لما تتطلبه المطاعم من مظهر داخلي وخارجي أنيق وتجهيزات حديثة من دهان وسيراميك وأثاث وأدوات الطعام من أجود الفضيّات وقاعة انتظار أنيقة ومريحة ومكان لركن السيارات، ومكان ترفيهي للأطفال، ودورات مياه تتوفر على المياه الباردة والساخنة وتكون مساحتها معقولة الاتساع، كل هذه الاعتبارات وضعت لتقييم المطاعم من حيث الجودة والخدمة والنظافة والذي إذا ما توفرت جعلت فرص المطعم في الشهرة العالمية، فالزائر أو السائح لن يذهب ليأكل في مطعم ويقوم بدفع مبلغ من المال مقابل طعام و تجربته سيئة، والجدول رقم (22) يوضح قائمة أفضل عشرة المطاعم في العالم:

الجدول رقم (22): أفضل عشر استثمارات مطاعم في العالم

اسم المطعم	الدولة
Osteria Francescana	ايطاليا
El Celler de Can Roca	اسبانيا
Mirazur	بفرنسا
Eleven Madison Park	نيويورك
Gaggan	بانكوك
Central	البيرو
Maido	البيرو
Arpege	فرنسا
Mugaritz	سان سباستيان بإسبانيا
Asador Etxebarri	أكسيب بإسبانيا
Ithaa	المالديف

المصدر: موقع Business Insider ، أفضل الاستثمارات في المطاعم، على الرابط

<https://www.businessinsider.com> Consulter le16/01/2021.

يوضح الجدول رقم (23) أفضل عشر مطاعم في العالم من طرف الموقع الإلكتروني الشهير للمال والأعمال Business Insider الذي كشف عن قائمة أفضل 50 مطعم في العالم لعام 2018، في حفل كبير أقيم في بيلباو بإسبانيا في جوان 2018 حيث استند الترتيب في القائمة إلى آراء أكثر من 1000 من

أصحاب الاختصاص في صناعة الضيافة والمطاعم العالمية من كتاب ونقاد الطعام إلى الطهاة والمسافرين حول العالم من عشاق الطعام من 26 منطقة من العالم،

أما عن أقوى اسم في ماركات المطاعم للوجبات السريعة في العالم هو مطعم ماكدونالدز Macdonalds حيث ينظر إلى هذه العلامة التجارية على أنها خاصة منتج، لأنها تصاحب المنتج الذي تمثله في ذهن المستهلك، حيث حققت هذه العلامة دورا معنويا في خدمة المطاعم منذ خمسينيات القرن الماضي كما حققت آداء متفوقا وهذا من خلال 34000 فرع له حول العالم، فموسمي الضيافة وجدوا أن العلامات التجارية عبارة عن سلاح مفضل في نضالهم على قوة السوق¹، حيث بدأت ماكدونالدز بتقديم الوجبات السريعة لسائقي المقطورات على الطرق السريعة، ومنذ وقتها أخذت في التقدم نحو الأمام، وأصبح لها فروع في كل مكان حول العالم، وتبعاً لما تتميز به مطاعم الوجبات السريعة من مزايا اقتصادية زاد الاستثمار فيها عبر العالم باعتبارها مشاريع استثمارية مربحة فيلاحظ بأن قوائم الطعام الخاصة بها عادة ما تتكون من وجبات ذات أسعار محددة يستطيع الأفراد تناولها، لذا يستقطب قطاع المطاعم في العالم العربي وخاصة الخليج استثمارات عالمية ومحلية كبيرة سواء من مقيمين أو أجانب، خاصة الشباب الذين يتطلعون لدخول عالم التجارة والأعمال من خلال المشاريع الجديدة.

فالاستثمار في المطاعم هو الأفضل وعلى مر العصور، حيث يعد قطاع المطاعم من أبرز القطاعات صموداً، إذ أنه حقق نمواً عالمياً قدر بـ4% عام 2016، ومن المتوقع أن تصل قيمة القطاع إلى 5.8 تريليون دولار بنهاية العام 2022.

ومن أهم وأشهر مطاعم الوجبات السريعة في العالم نذكر:

- مطعم صب واي subway، لديه 39500 فرع في العالم، يعد كأفضل مطعم عالمي للوجبات السريعة المختلفة؛
- مطعم وكافيه ستاربك starbucks، لديه 20800 فرع، وهو أفضل كافيه حول العالم؛
- مطعم كي إف سي kfc، لديه 18000 منفذ حول العالم، وهو سلسلة مطاعم تقوم بتقديم الدجاج والبطاطس المقرمشة، ويعتبر أكبر إسم في المطاعم العالمية بعد ماكدونالدز؛
- مطعم بيتزا هت pizza hut، لديه 13700 منفذ، وهو جزء من سلسلة مطاعم yum brand؛
- مطعم برجر كين burger king، ولديه 12700 فرع، تأسس في فلوريدا؛
- مطعم دومينوز بيتزا dominos pizza، ولديه 10000 منفذ حول العالم، تأسس عام 1960، وكانت أهم أسباب نجاحه هو تقديمه خدمة التوصيل للمنازل ومنذ وقتها أصبح أكبر مطعم للبيتزا عالمياً؛
- مطعم ديري كوين dairy queen، لديه 5600 فرع حول العالم، بدأ في عام 1940، ويقوم بتقديم الفاست فود والكوكيز والكانديز والبراونيز؛
- مطعم بابا جونز papajohn's، ولديه 4000 فرع؛

¹ - كلسي هو، توم بورز، تسويق الضيافة، مرجع سابق، ص 315.

- مطعم و كافيه دانكين دونتس dunkin donuts، لديه 29000 فرع، تأسس عام 1950 في أمريكا، ويقدم دائما قطع فريدة في قائمة طعامه، ويحقق 50% من مبيعاته من خلال تقديم القهوة.

المبحث الثالث: آثار الاستثمار السياحي على قضايا التنمية في العالم

أثبت الاستثمار السياحي دوره الكبير في صناعة السياحة في العالم لما تدره هذه الصناعة من مداخيل بالعملة الصعبة ومساهماتها الفعالة في خلق مناصب شغل وتحسين مستوى الدخل لفئات عديدة في المجتمعات الفقيرة وحماية البيئة وتعزيز الوعي بين الثقافات، فقد ساعد الاستثمار السياحي على تطوير وتنمية عناصر الجذب السياحي ومن ثم تطوير النشاطات السياحية التي ساهمت في زيادة الطلب والإنفاق السياحي، فالاستثمار السياحي يعد الشريك الفاعل في تحريك عجلة التنمية السياحية المستدامة.

ويمكن أن نوجز آثار الاستثمار السياحي في ما يلي:

- التدفقات السياحية العالمية؛
- الآثار المباشرة؛
- الآثار غير المباشرة.

المطلب الأول: التدفقات السياحية في العالم

لقد حددت منظمة السياحة العالمية 185 نشاطا متعلقا بجانب العرض لها روابط مهمة بقطاع السياحة تشمل هذه الأنشطة خدمات مختلف القطاعات التي تخدم صناعة السياحة، مثل النقل، الاتصالات، الفنادق، السكن، الأغذية والمشروبات، الخدمات الثقافية والترفيهية، والخدمات المصرفية والمالية، والبنية التحتية، وخدمات الترويج والدعاية، وبهذه الشبكة الهائلة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية جعلت من السياحة أكبر القطاعات المنتجة في العالم فضلا عن كونها عنصرا مهما من عناصر التجارة الدولية¹.

وعلى مدى العقود القليلة الماضية، شهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومتوصلا سواء من حيث الإيرادات السياحية أو عدد السياح الوافدين وهكذا أصبح التخطيط للسفر لا سيما في الدول ذات الدخل المرتفع من ضروريات الحياة وبهذا ارتفعت حركة السياحة الدولية.

أولا- نمو عدد السياح الدوليين:

يعتبر السائحون الدوليون الوافدون (زوار المبيت) أولئك السائحين القادمون إلي بلد آخر غير البلد الذي به إقامتهم المعتادة، ولكن خارج بيئتهم المعتادة، لفترة لا تزيد على 12 شهرا، كما يتم حصر الشخص الذي يقوم برحلات متعددة لبلد ما خلال فترة محددة باعتباره وافدا جديدا كل مرة، وتشير البيانات الخاصة بالسياح الوافدين حسب منظمة السياحة العالمية أنهم في تزايد مستمر، حيث بلغ عددهم سنة 1995 حوالي

¹ - منظمة التعاون الإسلامي SESRIC، "السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2017"، تركيا، 2017، ص 1.

532.9 مليون سائح ليرتفع سنة 2000 إلى 689,7 مليون سائح ويفوق المليار سنة 2011 حيث وصل إلى 1,01 مليار سائح دولي ويواصل الارتفاع ليصل سنة 2019 إلى 1,52 مليار سائح، والجدول رقم (24) يوضح ذلك:

الجدول رقم (23): تطور عدد السياح الدوليين الفترة 1995-2019 الوحدة : مليون

السنوات	1990	1995	1998	2000	2003	2005	2007
عدد السياح الوافدون	441.6	532.9	613.2	689.6	701.6	823.3	860.4
السنوات	2009	2011	2013	2015	2017	2018	2019
عدد السياح الوافدون	911.8	1101	1120	1230	1360	1440	1508

المصدر: بيانات البنك الدولي 2020، على الموقع:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS>, consulter le:25/12/2020

الجدول رقم (23) يوضح أن معدل نمو السياح الدوليين في السنوات الأخيرة (منذ 2010) شهد ارتفاعا ملحوظا حيث سجل وفود السياح الدوليين نمو بنسبة 6% ليلعب سنة 2018 حوالي 1.44 مليار سائح بفعل اقتصاد عالمي لا يزال قويا نسبيا وطبقة وسطى متنامية في الأسواق الناشئة، والتقدم التكنولوجي ونماذج الأعمال الجديدة، وتكاليف معقولة للسفر وتيسير تأشيرات الدخول¹، كما حققت سنة 2019 نموا تجاوز المتوسط التاريخي نتيجة الانتعاش الاقتصادي وزيادة الطلب في السوق السياحية وظهور أسواق ناشئة جاذبة للسياح لاسيما السوق الآسيوية، إلا أن عدد الوافدين انخفض مرتين، مرة عام 2003 حيث انخفض بنسبة 1.4% نتيجة الحرب على العراق وأفغانستان وانتشار مرض SARS في آسيا حيث فضل السياح الأمريكيين والأوروبيين السياحة داخل أمريكا وأوروبا²، والمرة الثانية كانت سنة 2009 نتيجة آثار الأزمة المالية التي مست الكثير من بلدان العالم.

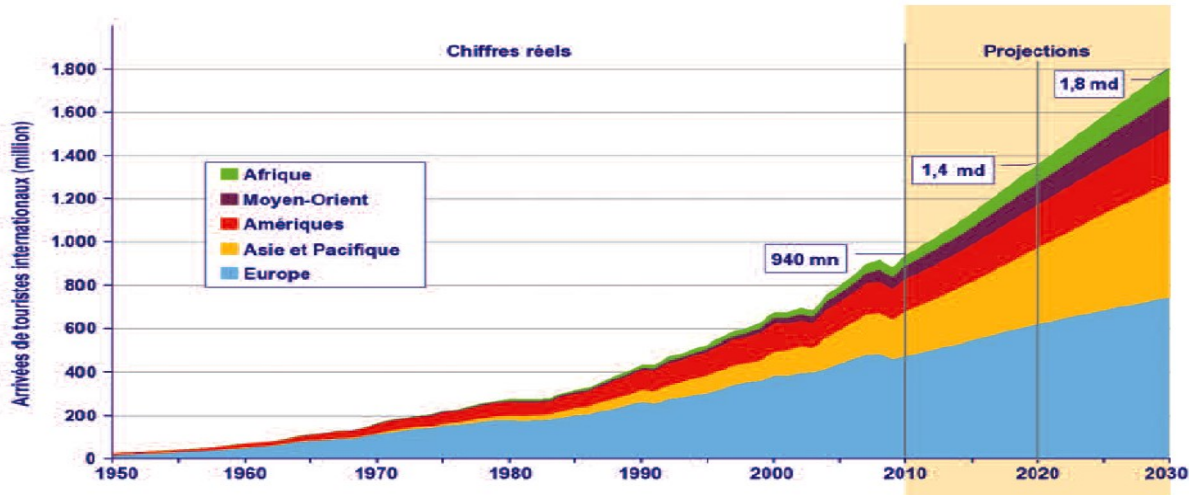
كما أن عدد السياح الدوليين الوافدين قد ارتفع من 25 مليون إلى 1 مليار سائح في ظرف 62 عاما وستكون بمعدل 43 مليون سنويًا بين عام 2010 و2030³، وتتوقع منظمة السياحة العالمية WTO أن عدد السياح حول العالم سيصل إلى 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030 وهذا ما يؤكد أن السياحة من أسرع القطاعات نموا وبالتالي فهي شريك مهم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة أفاق 2030، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (24):

¹ منظمة السياحة العالمية، تقرير عن الاتجاهات الحالية للسياحة الدولية، البند 4، 2019.

² بن مرزوق نبيل، الإستثمار "السياحي كآلية لترقية الصناعة السياحية، دراسة تحليلية تقييمية لحالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي واستشراف، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2018-2019، ص 123.

³ - World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Towards 2030 / Global Overview, October 2011, p 5.

الشكل رقم (24): توقعات نمو عدد السياح الدوليين أفاق عام 2030

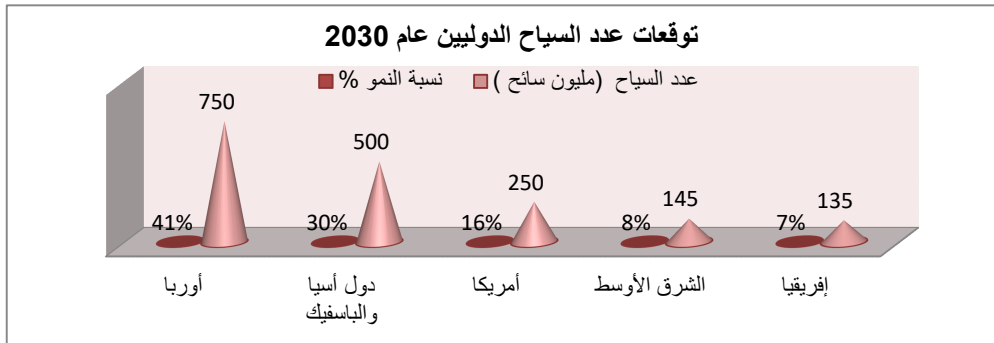


Source: World Tourism Organization (UNWTO), November 2018

<https://twitter.com/UNWTO/status/1060215405124505600> , consulter le:21/12/ 2020

كما ستحظى الاقتصادات الصاعدة بحصة الأسد من هذه الزيادة وأكثر بكثير من حصة الاقتصادات المتقدمة، والشكل التالي يوضح توزيعها عبر مناطق العالم حيث تستحوذ أوروبا على حصة الأسد.

الشكل رقم (25): توقعات عدد السياح الدوليين حسب الأقاليم أفاق 2030



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على:

- بيانات منظمة السياحة العالمية.

- World Development Indicators (WDI). November 2019 .

-World travel and Tourism Data 2018.

الشكل رقم (25) يوضح أن أوروبا ستكون أهم المحطات السياحية حول العالم عام 2030 أي ما يساوي 750 مليون سائح بزيادة نسبتها 41% عما كانت عليه في منتصف التسعينات، وسليها دول آسيا والباسيفيك بما يزيد عن 500 مليون سائح، أي بزيادة نسبتها 30%، وفي المرتبة الثالثة أمريكا بتدفقات السياح بحوالي 250 مليون سائح بزيادة نسبتها 16%، وستصل نسبة الزيادة هذه إلى 8% في الشرق الأوسط بعدد سياح 145 مليون سائح و7% في إفريقيا بحوالي 135 مليون سائح أفاق 2030.

ثانياً- أكثر دول العالم جذبا للسياح الدوليين لسنة 2019 :

لقد قامت منظمة السياحة العالمية بنشر تقرير عن الوجهات السياحية العالمية العشر الأولى حسب إحصائيات عام 2019 من أصل 1.444 مليار سائح على مستوى العالم، ومن أكثر دول العالم جذبا للسكان عام 2019 نوضحها في الجدول رقم (24):

الجدول رقم (24): أكثر الدول جذبا للسياح عام 2019

الترتيب	البلد	عدد السياح
1	 فرنسا	89.4 مليون
2	 إسبانيا	82.8 مليون
3	 الولايات المتحدة	79.6 مليون
4	 الصين	62.9 مليون
5	 إيطاليا	62.1 مليون
6	 تركيا	45.8 مليون
7	 المكسيك	41.4 مليون
8	 ألمانيا	38.9 مليون
9	 تايلاند	38.3 مليون
10	 المملكة المتحدة	36.3 مليون

Source : World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.

أرقام الجدول رقم (24) تؤكد أن فرنسا استقبلت أكبر عدد من السياح لسنة 2019 أكثر من أي دولة في العالم، حيث زارها 89.4 مليون سائح لمشاهدة معالم الجذب السياحي العالمية والتي تقع أهمها في العاصمة باريس، فرنسا الآن هي رائدة السياحة على مستوى العالم ومن أفضل الوجهات السياحية لكونها تضم مجموعة متنوعة من الأماكن السياحية الهامة مثل برج إيفل الشهير وجبال الألب الخلابة ومنتجعات التزلج والشواطئ الساحرة والقرى والمدن الفرنسية الجميلة والحدايق والمنتزهات الرائعة، كما تشمل فرنسا 43 من مواقع التراث العالمي لليونسكو المعترف بها وهذا عدد كبير من المواقع، وهذا يدل على الاستثمار الأمثل الذي تقوم به فرنسا في المؤهلات ومختلف الموارد السياحية في مجالات متعددة أهمها الترفيهية والإستشفائية والتجارية. وقطاع السياحة في فرنسا يساهم بحوالي 10.4% من إجمالي الناتج المحلي، وهذه النسبة تنقسم إلى 30% مستمدة من السياحة الخارجية، في حين أن 70% المتبقية مستمدة من السياحة الداخلية.

أما المرتبة الثانية فتعود لإسبانيا بعدد سياح قدر بـ82.8 ملين سائح، حيث أن غالبية زوارها يأتون من دول أوروبية مثل فرنسا والمملكة المتحدة وإيطاليا وألمانيا، كما تتوفر إسبانيا على 15 منتزهاً وطنياً، وسياحة شتوية متطورة جدا مع المرافق السياحية والمناخ الملائم، والحياة الليلية الصاخبة، في حين احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الثالثة بـ79.6 مليون سائح إذ تعد السياحة من بين النشاطات الاقتصادية الثلاثة الأولى التي تولد أكبر عدد ممكن من فرص العمل، وتستقبل الولايات المتحدة أكبر عدد من السياح الأجانب من المكسيك وكندا والمملكة المتحدة، كما أن صناعة السياحة الداخلية فيها نشطة للغاية.

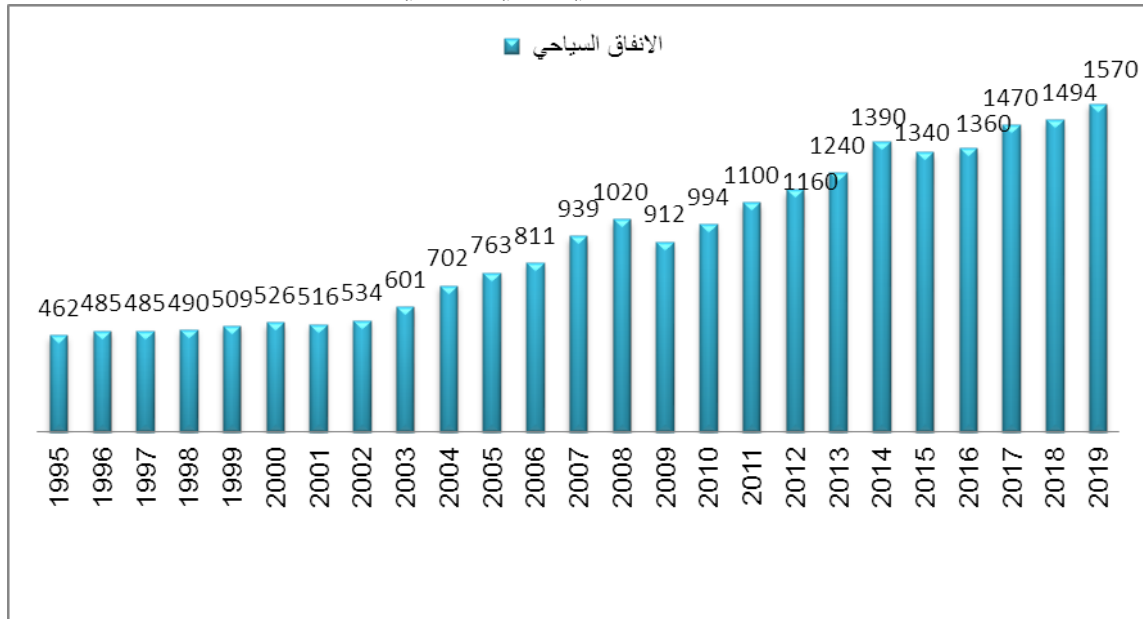
وتعود تركيا بقوة في السوق السياحية العالمية بالمرتبة السادسة متخطية بذلك كل من ألمانيا والمكسيك والمملكة المتحدة بعدد سياح 45.8 مليون سائح بالرغم من العقوبات الغربية والتأمر الأمريكي عليها الذي أثر على قطاع السياحة حيث انخفض بشكل كبير بعد سنة 2014 ليعود مجددا عامي 2018 و2019 نتيجة للإشهارات السياحية المكثفة التي جعلت أعداد السياح تعود للارتفاع.

الجدول رقم (24) أيضا يظهر تايلاند كوجهة سياحية الأكثر شهرة في جنوب شرق آسيا، حيث تطورت صناعة السياحة بها سريعا قرب نهاية القرن العشرين، وزاد عدد الزوار لها حتى وصل إلى 38.3 مليون سائح سنة 2019، وذلك لكونها واحدة من أرخص وأجمل دول العالم، خاصة بانكوك العاصمة والتي صنفت أيضا ضمن أجمل مدن العالم والأكثر جذباً للسياحة في ذات العام، وتساهم السياحة في تايلاند بنسبة كبيرة في الناتج الإجمالي للبلاد تصل إلى 20%، ومن المفترض أن تايلاند ستستقبل حوالي 100 مليون زائر عند حلول عام 2032 حسب تقديرات منظمة السياحة العالمية.

ثالثا- تطور الإنفاق السياحي العالمي:

تشير كل الإحصاءات أن الإنفاق السياحي العالمي زاد بوتيرة متسارعة نتيجة الزيادة الكبيرة لعدد السياح كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (26): تطور الإنفاق السياحي الكلي العالمي للفترة 1995 - 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، على الموقع:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS>, consulter le:28/12/2020

يشمل الإنفاق السياحي كل نفقات الزوار الدوليين المسافرين للخارج في بلدان أجنبي، بما في ذلك

المدفوعات الموجهة لشركات النقل الأجنبية لغرض النقل الدولي، والشكل رقم (26) يوضح الارتفاع

المستمر المتزايد للإنفاق السياحي الكلي حيث ارتفع من 462.67 مليار دولار سنة 1995 إلى 763.33

مليار دولار أي بنسبة زيادة تقدر بـ 164% خلال 10 سنوات، يواصل الإنفاق في الارتفاع حيث بلغ سنة

2015 قيمة 1340 مليار دولار بنسبة زيادة 175%، وخلال 5 سنوات فقط بلغ حوالي 1570 مليار

دولار سنة 2019، هذا وقد كانت تشير التوقعات أن حجم الإنفاق السياحي الدولي سيصل عام 2020 حوالي 2 تريليون دولار (لولا جائحة الكورونا التي اجتاحت العالم والتي أثرت بشكل كبير على القطاع السياحي).

كما أن الارتفاع المتزايد في حجم الإنفاق الكلي على السياحة راجع بالأساس إلى زيادة الطلب العالمي على الخدمات السياحية من جهة، ومن جهة أخرى يفسره تطور الإنفاق السياحي الفردي في العالم حيث ارتفع من 677 دولار سنة 1995 إلى 1018 دولار سنة 2010 ليصل إلى 1490 دولار سنة 2019 بنسبة زيادة قدرت بـ 150% و 146% على التوالي.

المطلب الثاني: الآثار المباشرة للاستثمار السياحي

لقد ساعد الاستثمار السياحي من خلال الإنفاق على مختلف المشاريع السياحية كالمرافق والخدمات والتسهيلات السياحية وتوافر الخدمات العامة والبنية التحتية على اتساع السوق السياحية العالمية وزيادة مرتقبة للطلب على الخدمات السياحية وجذب أكبر عدد ممكن من السياح، وتكمن الآثار المباشرة للاستثمار السياحي في ما يلي:

أولاً- تحسين ميزان المدفوعات:

تعمل الاستثمارات السياحية على تحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية، وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية في الدولة، متزامنا مع ما تحصل عليه من الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك الداخلية¹.

حيث تسمى عملية نقل الأموال بواسطة السائحين من بلد لآخر بالصادرات غير المنظورة، كما أن الحقوق والديون الناشئة عن النشاط السياحي العالمي المدونة في ميزان المدفوعات يمكن فصلها على حدا في ميزان منفرد هو الميزان السياحي الذي يعمل على تقييم النشاط السياحي وأثره النهائي على ميزان المدفوعات²، وارتفعت نسبة مساهمة الخدمات السياحية من إجمالي صادرات الخدمات في العالم من 24.19% عام 2015 إلى 24.43% عام 2018³.

ويشمل الميزان السياحي على البنود التالية موضحة في الجدول رقم (25):

¹ -تهنان مراد، شويرب جلول، "أثر الاستثمار في القطاع السياحي على بعض مؤشرات الاقتصاد الوطني -دراسة تحليلية-"، مجلة المستقبل الاقتصادي، جاكعة بومرداس، العدد 04، 2016، ص 91.

² - Pierre Py , "Le Tourisme un Phénomène Economique" , les études de la documentation française, France, 2003 ,p 137.

³ - البنك الدولي 2018، مرجع سابق.

الجدول رقم (25): بنود الميزان السياحي

القيمة	جانب المدين	القيمة	جانب الدائن
	المصاريف السياحية للمواطنين بالخارج		ايرادات الأجانب السياحية
	الواردات المنظورة (البضائع المستوردة والآلات والمعدات السياحية وغيرها)		الصادرات المنظورة (السلع والبضائع، الآلات والمعدات السياحية، القطع الأثرية والهدايا)
	النقل السياحي (ايرادات شركات النقل الأجنبية)		النقل السياحي (ايرادات شركات النقل الوطنية)
	مصروفات الدعاية والإعلان السياحي الوطني بالخارج		مصروفات الدعاية والإعلان السياحي الأجنبي بالداخل
	التحويلات من العاملين الأجانب بالداخل إلى الخارج		تحويلات العاملين الوطنيين بقطاع السياحة من الخارج
	العائدات من الاستثمارات الوطنية السياحية بالخارج		العائدات من الاستثمارات الأجنبية السياحية في الداخل

المصدر: محمد العطا عمر، "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية"، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، سوريا، 2010، ص 19.

الجدول رقم (25) يوضح أن قوة صناعة السياحة تتوقف على تأثير الاستثمارات السياحية والتي

تتضح من خلال الميزان التجاري في:

- الفرق بين ما يصرفه السياح الأجانب داخل الدولة وما يصرفه السياح من مواطني الدولة خارج بلادهم والذي يلعب دورا هاما في تحديد ميزان سياحي موجب.

- مدى استقرار الميزان التجاري يتوقف على طبيعة الموارد السياحية المتاحة في دول العرض السياحي ومستوى المنافسة التي تواجهها من دول العرض السياحي الأخرى وطبيعة الموقع الجغرافي للدولة ومدى قربها من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح (دول الطلب السياحي)¹.

ويمكن أن نوضح حجم الإيرادات المحققة من صناعة السياحة في الجدول التالي:

¹ - فؤاد بن غضبان، "الجغرافيا السياحية"، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 123.

الجدول رقم (26): إيرادات السياحة الدولية للفترة 1995-2019

السنوات	الإيرادات السياحية بالأسعار الجارية (مليار دولار)	الإيرادات السياحية (% من إجمالي الصادرات)	إيرادات بنود نقل الركاب بالأسعار الجارية (مليار دولار)	إيرادات بنود السفر بالأسعار الجارية (مليار دولار)
1995	485.18	8.58	87.29	436.08
1996	524	8.11	93.62	461.13
1997	525.08	7.98	95.69	463.28
1998	528.71	7.89	96.03	465.35
1999	550.48	7.99	98.09	489.98
2000	561.93	7.37	97.71	500.65
2003	634.25	6.90	98.11	564.52
2005	810.52	6.36	134.99	717.41
2007	1020	5.96	173.72	897.17
2008	1120	5.71	196.48	987.20
2009	1010	6.44	169.20	898
2011	1230	5.56	222.36	1080
2013	1370	5.90	243.77	1200
2015	1390	6.58	237.04	1220
2016	1420	6.84	237.52	1240
2017	1540	6.73	264.08	1340
2018	1650	6.61	281.37	1450
2019	1710	6.83	298.09	1542

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- منظمة السياحة العالمية WTO، 2019، مرجع سابق.

- بيانات البنك الدولي 2020، مرجع سابق.

الجدول رقم (27) يوضح أن قيمة إجمالي إيرادات هذا القطاع بلغت 1.71 تريليون دولار سنة 2019 مع الأخذ بعين الاعتبار إيرادات بنود نقل الركاب وبنود السفر، فإيرادات السياحة الدولية لغرض بنود نقل الركاب هي نفقات الزوار الدوليين القادمين نظير جميع الخدمات المتاحة أثناء النقل الدولي من شركات نقل مقيمة، بما فيها الرسوم على الأمتعة الزائدة، أو المركبات، أو غيرها من الأمتعة الشخصية التي بصحبة الراكب، ونفقات الطعام، والشراب أو البنود الأخرى للمسافر أثناء وجوده علي متن وسيلة النقل، حيث يلاحظ من الجدول نمو في إيرادات بنود نقل الركاب حيث انتقلت من 87.29 مليار دولار سنة 1995 إلى 134.99 سنة 2005 أي بنسبة نمو بلغت 155% خلال عشر سنوات، لترتفع إلى 237.04 مليار دولار سنة 2015 بنسبة نمو 164% لتصل إلى 298.09 مليار دولار سنة 2019. أما إيرادات السياحة الدولية لغرض بنود السفر فهي نفقات الزوار الدوليين القادمين نظير السلع أو الخدمات التي يتم الحصول عليها في بلد الوجهة، وهي قد تتضمن أيضاً الإيرادات المتحصل عليها من زوار اليوم الواحد لكن يُستبعد من ذلك النقل الدولي للمسافرين الذي تغطيه بنود سفر الركاب، وأرقام الجدول تؤكد

التطور الكبير في حجم إيرادات بنود السفر التي ارتفعت من 436.08 مليار دولار سنة 1995 لتبلغ 1542 مليار دولار سنة 2019 بنسبة نمو تجاوزت 353%، هذا وتشكل صناعة السياحة جزءا هاما من الاقتصاد العالمي، إذ تحتل المرتبة 03 من الصادرات العالمية، كما يعتبر القطاع السياحي الأسرع نموا للصادرات العالمية حيث تمثل نسبة الإيرادات السياحية من إجمالي الصادرات العالمية 6.98%. أما أكبر 10 دول حققت أعلى الإيرادات السياحية عام 2018 يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (27): أكثر 10 دول تحقق أعلى الإيرادات السياحية في العالم لسنة 2018



المصدر: العربي الجديد، سياحة وسفر، 16 أكتوبر 2019، على الموقع:

<https://www.alaraby.co.uk> consulter le:13-11-2020

حسب الشكل (27) فقد بلغت قيمة الإيرادات السياحية في أوروبا 570 مليار دولار أمريكي، وهي المنطقة التي حققت أكثر الإنفاق السياحي عام 2018، ولوحظ أن منطقة آسيا المحيط الهادئ قد شهدت أكبر نمو في الإنفاق السياحي بلغت نسبته 7% على أساس سنوي، ويشار إلى أن القطاع السياحي العالمي قُدّرت إيراداته الإجمالية 1.7 تريليون دولار عام 2018، حيث نمت الإيرادات المحققة من السائحين الدوليين بنسبة أسرع من النمو الاقتصادي العالمي، كم تختلف أهمية الإيرادات السياحية من بلد لآخر بحسب طبيعة اقتصاد كل منها ومدى تنوع قطاعاته، وفقاً لموقع howmuch.net ثمة 10 بلدان تتصدر لائحة الدول بحسب انفاق السائحين فيها عام 2018 حيث تحتل الولايات المتحدة المرتبة الأولى بين دول العالم لناعية الإنفاق السياحي فيها بقيمة إيرادات بلغت 214 مليار دولار، وفي المركز الثاني تأتي إسبانيا بإجمالي 74 مليار دولار، ثم فرنسا ثالثة بمبلغ 67 ملياراً، وتايلند رابعة بنفقات سياحية بلغت 63 ملياراً، والمملكة المتحدة خامساً بقيمة 52 مليار دولار، وفي المرتبة السادسة تأتي إيطاليا بإنفاق سياحي بلغ 49 مليار دولار، تليها سابعة أستراليا بقيمة 45 ملياراً، وثامنة ألمانيا بإجمال 43 ملياراً، وتاسعا اليابان بمبلغ 41 ملياراً، وأخيراً الصين بمبلغ 40 مليار دولار.

ثانياً - توسيع مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي:

إن صعود قطاع الخدمات في الهيكل الاقتصادي الدولي أسهم في تغير هيكل التجارة العالمية، حيث شكلت الخدمات على الصعيد العالمي 50% من الاستثمارات الدولية عام 2018 وقرابة 59% من الوظائف، كما شكلت 68% من الناتج المحلي الإجمالي الدولي، وتعتبر السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي زادت مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي بفضل الاستثمارات الفعالة في هذا القطاع الواعد حيث تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بآثارها على الناتج المحلي الإجمالي ووفقاً لتقرير مجلس السياحة والسفر العالمي WTTC عام 2019 حيث بلغ حجم المساهمة الاقتصادية للسياحة 28,3% من إجمالي عائدات قطاع الخدمات على مستوى العالم و10,3% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي بحوالي 8.9 تريليون دولار، أما التوقعات لسنة 2029 حول مساهمة الصناعة السياحية في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تقدر بحوالي 11,5% أي بحوالي 13 تريليون دولار¹، وسنوضح نسبة المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة والسفر في العالم لسنة 2019 في الجدول رقم (28) كما يلي:

الجدول رقم (27): نسبة المساهمة الاقتصادية لقطاع السياحة والسفر في العالم لسنة 2019

نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي	10.4%
نسبة النمو في قطاع السياحة والسفر	3.5%
النسبة من إجمالي الصادرات العالمية	6.8%
النسبة من إجمالي الصادرات الخدمية	28.3%
نسبة الإنفاق السياحي المحلي من الإنفاق العالمي	71.3%
نسبة الإنفاق للزوار الدوليين من الإنفاق العالمي	28.7%
نسبة الإنفاق على الترفيه	78.6%
نسبة الإنفاق على الأعمال (الإنفاق التجاري)	21.4%
نسبة الاستثمار السياحي من مجموع الاستثمارات	4.3%

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات:

The World Travel & Tourism Council 2020, Global Economic Impact & Trends 2020.p16.

من الجدول رقم (27) تتأكد لنا قوة قطاع السفر والسياحة كأحد أكبر القطاعات المساهمة في التنمية الاقتصادية في العالم من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي العالمي ونسبة مساهمته في الصادرات العالمية التي بلغت 6.8% و28.3% من الصادرات الخدمية في العالم، وقد استمرت غالبية الإنفاق العالمي على السفر والسياحة من خلال الإنفاق المحلي الذي بلغ 71.3% من إجمالي الإنفاق العالمي، بينما يأتي 28.7% المتبقية من إنفاق الزائرين الدوليين، حيث تميل البلدان غالباً إلى التركيز على السياحة الدولية بسبب الإيرادات المحققة، لكن من المحتمل أن تكون السياحة الداخلية محركاً رئيسياً للتعافي الأولي للقطاع من جائحة الكورونا COVID-19، أما من حيث الإنفاق على السفر بغرض الترفيه فقد استحوذ في عام 2019 على 78.6% من إجمالي مقارنة بـ 21.4% بغرض الأعمال (الإنفاق

¹- The World Travel & Tourism Council 2020, Op.cit.

التجاري)، ومع ذلك فإن البلدان التي تعتمد بشكل مفرط على السفر الترفيهي أو العمل، أو على الطلب المحلي أو الدولي، فإن اقتصادها يميل إلى التعرض أكثر لمخاطر الاقتصادية والجيوسياسية، لذا من المهم التنويع والسعي لتحقيق توازن أكثر مساواة بين مختلف القطاعات.

هذا وإن الاستثمارات السياحية ارتفعت حيث بلغت نسبة 4.3% من مجموع الاستثمارات العالمية بقيمة بلغت 948 مليار دولار، كما أن استمرار الارتفاع في مستوى الدخل الذي أدى إلى ارتفاع في عدد الأسر من الطبقة المتوسطة، وأيضاً استرخاء التأشيرة في العديد من البلدان حول العالم أدى إلى تمكين نمو السفر والسياحة ليصل إلى 3.5% عام 2019، وهو معدل أعلى من معدل الاقتصاد العالمي للعام التاسع على التوالي، فهذا النمو لا يعرض فقط مرونة القطاع وقدرته على التعافي من أزمات مختلفة، ولكن أيضاً قدرته على نشر منافع على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم.

ويمكن أن نوضح قيمة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لعشر الدول الأولى في العالم في الجدول رقم (28) كما يلي:

الجدول رقم (28): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لعشر الدول الأولى في العالم عام 2019

الدول	المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي GDP (مليار دولار)	نسبة المساهمة في GDP	نسبة النمو %	الإنفاق السياحي المحلي %	الإنفاق السياحي الدولي %	الإنفاق بغرض الترفيه %	الإنفاق بغرض الأعمال %
و.م الأمريكية	1839	8.6	2.3	84	16	70	30
الصين	1585	11.3	9.3	86	14	81	19
اليابان	359	1.6	1.6	81	19	69	31
ألمانيا	347	1.8	1.8	86	14	83	17
إيطاليا	260	13	2,2	76	24	81	19
المملكة المتحدة	254	9	1,3	83	17	67	33
فرنسا	229	8.5	1,9	66	34	80	20
اسبانيا	198	14.3	1,8	44	56	89	11
المكسيك	196	-	1,8	85	15	.94	6
الهند	194	-	4,9	83	17	94	6

Source :The World Travel & Tourism Council 2020, Global Economic Impact & Trends 2020, P4.

الجدول رقم (28) يؤكد أن الولايات المتحدة الأمريكية تظل أكبر شركة سياحة وسفر في العالم، وهو ما يمثل 86% من أمريكا الشمالية و21% من إجمالي مساهمة السفر والسياحة العالمية في الناتج المحلي الإجمالي، حيث ساهمت صناعة السفر والسياحة بأكثر قدر من إجمالي الناتج المحلي (GDP) من أي بلد في جميع أنحاء العالم بمساهمة إجمالية بلغت 1839 مليار دولار أمريكي في عام 2019، وقد نما الناتج المحلي الإجمالي للقطاع بنسبة 2.3%، مدفوعاً بشكل أساسي من السوق المحلي الذي يمثل الأغلبية (84%) من إجمالي الإنفاق السياحي بغرض الترفيه الذي يمثل 70%، ولمواصلة تسهيل أداء

القطاع والذي يستخدم أكثر من عُشر جميع الأمريكيين أعادت حكومة الولايات المتحدة ترخيص العلامة التجارية الولايات المتحدة الأمريكية (منظمة التسويق السياحي tourism marketing organisation) حتى عام 2027¹، ثم تأتي الصين في المرتبة الثانية حيث يساهم قطاع السفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي بقيمة 1.5 تريليون، إلا أن الصين تحقق أعلى نسبة نمو في الناتج المحلي الإجمالي للسياحة والسفر بنسبة 9.3%، تليها اليابان وألمانيا وإيطاليا والمملكة المتحدة لتحتل فرنسا المركز السابع حيث بلغ نمو الناتج المحلي الإجمالي للسفر والسياحة نسبة 1.9% بالرغم من أن فرنسا تحتل المركز الأول عالمياً من حيث تدفق السياح الدوليين إليها الذي تجاوز 89.4 مليون سائح، لكن تبقى مساهمة صناعة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لكل من إسبانيا وإيطاليا الأقوى بين الدول بمعدلات مرتفعة بلغت 14.3% و13% على الترتيب.

أما في قارة إفريقيا فإن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في عام 2019 لثلاث دول الأولى كانت مصر (29.5 مليار دولار) وجنوب إفريقيا (24.6 مليار دولار) ونيجيريا (18.1 مليار دولار أمريكي). أما على المستوى العربي فقد شهد ناتج قطاع السياحة عام 2019 ارتفاعاً حيث بلغت إيرادات القطاع 313.6 مليار دولار مقابل 281.5 مليار دولار سنة 2018 مسجلاً بذلك زيادة قدرها 2.2%، وقد استحوذت كل من السعودية والإمارات ومصر على أعلى حصة من الناتج المحلي لقطاع السياحة على مستوى الدول العربية، حيث تبلغ الأهمية النسبية لقطاع السياحة السعودي نحو 25.3% من إجمالي ناتج القطاع على مستوى الدول العربية، تليها الإمارات مستأثرة بنحو 18.5% من ناتج القطاع عربياً حيث تظهر الإمارات كوجهة سياحية مميزة عالمياً، ثم مصر بنحو 15.4%.

ثالثاً- توفير فرص العمل:

الاستثمارات السياحية لا تحتاج إلى تكنولوجيا معقدة، فهي تعتمد كثيراً على الموارد البشرية، حيث تتنوع اليد العاملة فيها بين العادية والمتخصصة والمدرّبة في الخدمات السياحية لا سيما في مجال الضيافة والتعامل مع الأجانب وإتقان اللغات والتعامل مع الثقافات الأخرى، فالاستثمارات السياحية تشكل فرصة لتشغيل اليد العاملة وخلق فرص عمل سواء بطريقة مباشرة من خلال الاستثمار في إنشاء الفنادق والمطاعم حيث أن زيادة غرفة فندقية واحدة تساهم في خلق 2 إلى 3 فرص عمل وزيادة مبيت 2 إلى 3 من السياح وبالتالي زيادة الإنفاق السياحي، فعلى المستوى العربي ساهم قطاع الفنادق والمطاعم بتوفير 11.8 مليون فرصة تشغيل أي ما نسبته 13.3% من إجمالي المشتغلين بالعالم العربي²، حيث تستوعب السياحة 12% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم وهذا نتيجة تشعب هذه الصناعة وتشعب استثماراتها وتداخلها مع استثمارات العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى كقطاع النقل والمواصلات والأشغال العمومية والبنية التحتية التي تفتح فرص عمل كبيرة وتساهم بطريقة غير مباشرة في التوظيف، هذا وتعتبر السياحة

¹- The World Travel & Tourism Council 2020, op.cit, p 6.

²- منظمة العمل العربية، "نحو سياسات فاعلة"، التقرير العربي الأول لمنظمة العمل العربية حول التشغيل والبطالة في الدول العربية 2008.

من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في توفير فرص العمل بمعدل 7% سنوياً، قطاع السفر والسياحة العالمي ساهم بـ 319 مليون وظيفة في الاقتصاد العالمي عام 2018 لترتفع إلى 380 مليون وظيفة سنة 2019¹ حيث تمثل واحدة من كل عشرة وظائف على مستوى العالم كما أن القطاع مسؤول عن واحد من كل خمس وظائف جديدة تم إنشاؤها في العالم على مدى السنوات الخمس الماضية²، لذا فالتطور في انفتاح أسواق الاستثمار السياحي العربي والأجنبي واستخدام أحدث أساليب ترويج الاستثمار السياحي، حيث حققت زيادة في فرص العمل، وفي تقرير الاونكتاد تشير بياناته أنه خلال الفترة 2003-2018 قد شهد العالم قيام الشركات العالمية بإطلاق 270 ألف مشروع جديد في أنحاء العالم قدرت تكلفتها الاستثمارية بأكثر من 14.3 تريليون دولار بمتوسط 53 مليون لكل مشروع، وقد ساهمت تلك المشاريع في توفير 40 مليون وظيفة جديدة بمتوسط 149 وظيفة من كل مشروع³.

ويمكن أن نوضح دور قطاع السياحة والسفر في خلق فرص عمل حسب الأقاليم في الجدول رقم (29):

الجدول رقم (29): مساهمة قطاع السفر والسياحة في GDP والتشغيل حسب الأقاليم عام 2019

الأقاليم	المساهمة في خلق مناصب شغل (مليون منصب)	المساهمة في GDP مليار دولار	نسبة نمو مساهمة السياحة في GDP
آسيا والمحيط الهادي	182	3000	5.5%
أمريكا	46	2500	2.2%
أوروبا	37.1	2000	2.4%
إفريقيا	24.6	168.5	2.2%
الشرق الأوسط	6.7	245.5	5.3%

Source: The World Travel & Tourism Council 2020, Global Economic Impact & Trends 2020, p 6-7-8.

يؤكد الجدول رقم (29) أن الاستثمارات السياحية تقود صناعة السياحة في العالم إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تعظيم مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص العمل ودفع الرخاء وتمكين المرأة والشباب من الاندماج في سوق العمل لتقليص نسبة البطالة داخل المجتمعات، وقد كانت منطقة آسيا والمحيط الهادي الأسرع نمواً في عام 2019 مع نسبة نمو 5.5% في الناتج المحلي الإجمالي للسفر والسياحة إذ تقدر مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بـ 3 تريليون دولار و55% من جميع وظائف القطاع على مستوى العالم بعدد مناصب بلغت 182 مليون وظيفة، تليها أمريكا في المرتبة الثانية في مساهمة قطاع السياحة والسفر في خلق مناصب شغل بـ 46 منصب وفي الناتج الإجمالي المحلي بـ 2.5 تريليون دولار، ثم أوروبا في المركز الثالث بعدد وظائف 37.1 مليون وظيفة و 2 تريليون دولار مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، تحتل إفريقيا المرتبة الرابعة في التوظيف بـ 24.6

¹- The World Travel & Tourism Council 2020, Op.cit, p2.

²- التقرير السنوي لمجلس السياحة والسفر العالمي (WTTC)، 2019.

³- تقرير UNCTAD، "تقرير الاستثمار العالمي"، صادر عن هيئة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2019.

مليون منصب شغل ومساهمة في الناتج المحلي الاجمالي بقيمة 168.5 مليار دولار مع نسبة نمو 2.2%، أما المركز الأخير يعود للشرق الأوسط في مساهمة قطاع السياحة في خلق 6.7 مليون منصب شغل لكن بنسبة نمو الأعلى خلف آسيا والمحيط الهادي مباشرة حيث نما الناتج المحلي الإجمالي للسفر والسياحة بنسبة 5.3%.

رابعاً- إعادة توزيع التنمية والدخل بين الأقاليم:

من أهم التحديات الإنمائية في الألفية الثالثة الحد من الفقر، فالاستثمارات السياحية التي تنادي بها المنظمات الدولية اليوم أصبحت تأخذ بعين الاعتبار التنمية الريفية من خلال تمركز الاستثمارات بعيداً عن المدن الكبرى المزدهمة بالسكان، هذه الاستثمارات المتمثلة في توفير خدمات النقل والاتصالات والبنى التحتية وخدمات التعليم والصحة والمياه والكهرباء، وهذا مؤشر لتوزيع الثروة على أجزاء كبيرة من الدولة وبهذه المميزات يصاحب السياحة الريفية شراء المستلزمات الموجودة في هذه المناطق (سلع، تشجيع المهن، الصناعات اليدوية) وهذا ما يؤدي إلى تحقيق تنمية سياحية في الريف تساعد على خلق مزيد من فرص عمل ومن ثم إعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة¹.

المطلب الثالث: الآثار غير المباشرة للاستثمار السياحي

تبرز أهمية الاستثمار السياحي أكثر من خلال الآثار غير المباشرة التي تعكسها هذه الاستثمارات، حيث يمكن أن نوجزها في ما يلي:
أولاً- الأثر المضاعف للاستثمار السياحي:

تمثل نسبة الإيرادات السياحية/ الدخل القومي مؤشراً لتنوع مصادر الدخل وفي دعم الدخل القومي نتيجة إنفاق السائحين على الخدمات فضلاً عن الأثر المضاعف للدخل الذي يولده الإنفاق من دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متنوعة، فالأثر المضاعف للاستثمار السياحي يزيد من الأثر المضاعف للسياحة الذي هو معامل يعبر عن مقدار التغير الحادث في الدخل على أثر التغير الذي حدث في الإنفاق السياحي بمقدار وحدة واحدة في مخرجات السياحة مثل الدخل والاستخدام والعمالة والعوائد الحكومية فإنفاق السياح على هذه المخرجات يؤدي إلى زيادة الدخل القومي بزيادات متتالية ومضاعفة² وعلى ذلك فإن:

قيمة معامل المضاعف = التغير الحادث في الدخل/ التغير الحادث في الإنفاق السياحي

فالتغير الذي يحدث في الإنفاق السياحي يتبعه تغير في إيرادات الدولة الناتجة عن الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة السياحية وهذا التغير يؤدي إلى تغير مباشر في قطاعات الاقتصاد القومي الأخرى ويتبع ذلك زيادة في دخول العاملين في القطاع السياحي ثم يقوم العاملون بإنفاق هذه

¹ - محمد العطا عمر، مرجع سابق، ص 21.

² - رجاء عبد الله عيسى، خولة رشيد حسن، "أثر الاستثمار السياحي في تنوع مصادر الدخل في العراق 2000-2015"، مجلة العلوم الاقتصادية، العراق، العدد 12، 2017، ص 13.

الدخول على شراء السلع الاستهلاكية ما يؤدي إلى التوسع في المشروعات الاستثمارية التي تؤدي إلى زيادة الدخل القومي.

ثانياً - تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى:

نعلم بأن صناعة السياحة تمتاز بارتباطاتها القطاعية المختلفة الكثيفة مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، وبناءً على ذلك فإن الاستثمارات السياحية لا تؤثر في الفعاليات السياحية فحسب وإنما يمتد أثرها إلى معظم فروع قطاعات الاقتصاد الوطني، نتيجة الطلب المتزايد من القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تتعامل وتتشابك علاقاتها مع القطاع السياحي، حيث تعمل هذه الاستثمارات على تنمية البنى التحتية والفوقية والمستوى العمراني والحضاري.

ثالثاً - تمويل ميزانية الدولة:

تساهم الاستثمارات السياحية في تمويل ميزانية الدولة من خلال¹:

- الإيرادات المتحصل عليها من المنشآت السياحية التابعة للقطاع العام، حيث أن العديد من الدول النامية هي المالكة والمشرفة على المنشآت السياحية؛
- الإيرادات التي تتحصل عليها الحكومة من المنشآت السياحية التي تكون في شكل شركات مساهمة مع القطاع الخاص؛
- الضرائب المباشرة وغير المباشرة التي تفرض على النشاط السياحي، الضرائب المباشرة تفرض على تأشيرات الدخول، على رسوم الإقامة، على عمولات التحويل، على أصحاب الفنادق والمطاعم والنوادي والказينوهات والمسارح، أما الضرائب غير المباشرة فتفرض على مختلف السلع والخدمات التي يشتريها الأفراد.

رابعاً - الآثار البيئية:

تشكل الاستثمارات السياحية سلاحاً ذو حدين على البيئة، فقد تكون الآثار ايجابية من خلال التمويل الذي يقدمه الاستثمار السياحي في مواقع التراث الطبيعي والتاريخي من صيانة وترميم وإدارة والحفاظ على مواردها دون أن تلحق أي أذى بهذه البيئة الثقافية والحضارية، بل بالعكس تعمل على زيادة تحسين صورة المنطقة السياحية والاهتمام بالقيم التراثية والمعمارية من خطر الاندثار والزوال وجعلها مناطق جذب سياحي، كما يمكن أن تؤثر الاستثمارات السياحية سلباً على البيئة تبعاً للسياحة الكثيفة التي غالباً ما تساهم في تدمير مواقع التراث الثقافي والطبيعي، فإحياء وانتعاش مواقع التراث الحضاري والتاريخي ومواقع طبيعية قد يغير في صورة وطابع المنطقة من خلال نمط جديد من العمارة الحديثة بالقرب من المناطق التراثية التي تعد عماد السياحة الثقافية.

¹ - تهتان موراد، شويرب جلول، مرجع سابق، ص 92.

المبحث الرابع: أثر تفشي فيروس كوفيد19 على صناعة السياحة في العالم

شهدت السياحة الدولية نموا مستمرا على الرغم من بعض الصدمات العابرة، مما يدل على قوة قطاع السياحة ومرونته، لكن الأزمة التي كانت أشد قسوة هي تفشي فيروس الكورونا(COVID-19) منذ ديسمبر 2019 التي كانت ولازالت آثاره كبيرة على الاقتصاد العالمي لا سيما قطاع السياحة الذي يعتبر حاليا أكثر القطاعات تضررا من تفشي جائحة الكورونا حيث شهد ركودا سنة 2020 لم يسبق له مثيل، ومن المتوقع حسب منظمة السياحة العالمية أن قطاع السياحة والسفر سيستغرق حوالي 6 سنوات حتى يتعافى أي حتى سنة 2025، بينما يتوقع أن تبدأ الدول ذات الأسواق المحلية الكبيرة عملية التعافي بشكل أسرع من تلك التي تعتمد على الأسواق الدولية.

المطلب الأول: الأزمات التي أثرت على قطاع السياحة واستثماراته في العالم

لقد عرفت السياحة الدولية التراجع بسبب أربعة أزمات أثرت عليها في العشرين سنة الماضية:

- أحداث 11 سبتمبر 2001؛
- المتلازمة النفسية الحادة الوخيمة (SARS) وحرب العراق عام 2003؛
- الأزمة الاقتصادية والمالية عام 2008؛
- تفشي فيروس الكورونا(COVID-19).

أولا- أحداث 11 سبتمبر 2001:

تعد أحداث 11 سبتمبر الإرهابية في نيويورك أول أزمة شهدتها السياحة الدولية في بداية الألفية الثالثة ووفقا للأرقام والإحصائيات التي أصدرتها منظمة السياحة العالمية وقتها، فالشهور الثمانية الأولى من العام 2001 كان هناك نمو تراوح ما بين 3-4% بالمقارنة مع العام 2000 الذي حقق إجمالا نمواً بنسبة 7.4% إلا أن المنظمة قالت إن أحداث سبتمبر أثرت بالفعل على السياحة في المدى القصير والمتوسط وقدر حجم النمو في العام 2001 بنسبة 1%.

وأوضحت المنظمة أنه تبعت الأحداث موجة إلغاءات كبيرة للرحلات الطويلة خاصة من أمريكا الشمالية وآسيا وغرب أوروبا، لافتة إلى أن عدد السياح منذ يناير حتى 10 سبتمبر 2001، أي قبل الأحداث الشهيرة بيوم واحد بلغ 544 مليون سائح، بزيادة 3.9% عن الفترة ذاتها من العام السابق للأحداث، في حين أن عدد السياح خلال الفترة من سبتمبر إلى ديسمبر بلغ نحو 161 مليون سائح بانخفاض 8% عن الفترة ذاتها من عام 2000.

ثانيا- المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (SARS):

SARS هو مختصر لمرض يسمى بالإنجليزية Severe Acute Respiratory Syndrome

وهو أول مرض معدي حاد يظهر في القرن الحادي والعشرين، حيث شكل تهديدا خطيرا للأمن الصحي العالمي ومعيشة السكان، وعمل النظم الصحية واستقرار ونمو الاقتصادات، كما تقدر منظمة الصحة

العالمية تقديراً عميقاً لتفاني العاملين في مجال الرعاية الصحية في الاستجابة للـ SARS في جميع البلدان، بما في ذلك موظفوها الدكتور كارلو أورباني، الذي شد انتباه المجتمع الدولي في أواخر فبراير 2003 لأول مرة إلى SARS، وتوفي بسببه في 29 مارس 2003¹، هذا وقد تم الإبلاغ عن SARS لأول مرة في آسيا في فبراير من عام 2003، وانتشر إلى أكثر من 24 بلداً في أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية وأوروبا وآسيا قبل أن يتم احتواؤه، وينتشر SARS عن طريق التماس الوثيق بين شخص وآخر، ويعتقد أن الفيروس المسبب لـ SARS يسري بسهولة أكثر عن طريق القطرات التنفسية، وتظهر أعراضه بشكل عام في الحمى الشديدة، والصداع، والشعور العام بعدم الراحة، والأوجاع الجسدية، كما أن بعض المرضى قد يصابون بأعراض تنفسية خفيفة في البداية، وحوالي 10% إلى 20% من المرضى يصابون بالإسهال، وبعد 2 إلى 7 أيام قد يصاب مرضى SARS بسعال جاف ومعظم المرضى يصابون بالتهاب رئوي الاقتصادي SARS كانت من خلال تثبيط السياحة وثقة المستهلك، مما أدى بدوره إلى إحداث تأثيرات على الاقتصاد المحلي.²

1- تأثير الـ SARS على قطاع السياحة والسفر في الصين:

من الواضح أن صناعة السياحة تأثرت بشكل خاص في جميع أنحاء آسيا، حيث كان الناس يميلون إلى تجنب المناطق التي كانت فيها حوادث الفيروس عالية، وكانت الصين الدولة الأكثر تضرراً وكان هذا هو الحدث الأكثر ضرراً لصناعة السياحة الصينية منذ حملة ميدان تيانانمين في عام 1989. وتأثرت السياحة الداخلية في الصين نتيجة حظر المجموعات السياحية الكبيرة والجولات من وإلى المناطق المتأثرة بالـ SARS وإلغاء العديد من الأحداث الرياضية البارزة والعالمية التي كانت ستقام في الصين، والتي ترافقت مع القيود التي فرضتها السلطات الرسمية، وتماشياً مع سياسة الحد من مخاطر التعرض للمرض، تكبدت بكين خسارة 361 مليون دولار أمريكي في ظرف أسبوع واحد في أبريل 2003 نتيجة إلغاء عطلة الأسبوع الذهبي ليوم مايو (Golden Week holiday The May Day) بسبب عدم وجود أي سائح فيها، كما تقدر إدارة السياحة الوطنية الصينية CNTA أن الـ SARS كان يمكن أن يؤدي إلى خسارة 3.6 إلى 7.2 مليار دولار أمريكي لبكين أو ما يقرب من 10% من الناتج المحلي الإجمالي.³ ويمكن أن نوضح تأثير الـ SARS على صناعة السياحة في الصين في الجدول التالي:

¹- WHA 56, "FIFTY-SIXTH WORLD HEALTH ASSEMBLY", Agenda item, 28 May 2003, p2.

²- تقرير منظمة الصحة العالمية، 2003، ص18.

³-CNTA (2003 April 29), "China Takes Substantial Measures Against SARS, China National Tourism Administration", from: http://www.cnta.com/lyen/gl/1_view.asp?id=3333 consulter le:05/01/2021

الجدول رقم (30): تأثير السارس SARS على صناعة السفر والسياحة في الصين لعام 2003

إجمالي تأثير السارس		تقدير النمو	تقدير النمو	
القيمة	مكاسب / خسارة	الحقيقي بعد	الحقيقي قبل	
مليار دولار	النمو الحقيقي	السارس	السارس	
8.6	-14%	-5%	9.1%	السفر والسياحة الشخصية
-0.3	-5.3%	-3.9%	1.4%	سفر الأعمال
0	0	10.1%	10.1%	الإنفاق الحكومي
3.7	-7.2%	3.2	10.5%	استثمار رأس المال
-7.8	-55.2%	-50%	5.2%	صادرات الزوار
0	0	20.2%	20.2%	صادرات أخرى
20.4	-13.4%	-3.4%	10%	الطلب على السفر والسياحة
7.6	-24.5%	-18.6	6%	الناتج المحلي الإجمالي لصناعة السفر والسياحة
20.4	-15.7%	-7	8.7%	الناتج المحلي الإجمالي لاقتصاد السفر والسياحة
-2.802.2	-19.9%	-20.4	-0.5	العمالة في صناعة السفر والسياحة
-6.798.1	-12.8%	-10.4	2.4	العمالة في اقتصاد السفر والسياحة

Source: Breda Zélia, "The Impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on China's Tourism Sector in Tourism", Research Journal 1(2), 2004, p9.

الجدول رقم (30) يفسر بأن انخفاض السفر إلى الخارج جنباً إلى جنب مع صناعة السفر المحلية الراكدة مسؤولاً عن التسبب في مشاكل مالية خطيرة للعديد من وكالات السفر المحلية والدولية ومنظمي الرحلات السياحية في الصين، خاصة عندما قامت 109 دول بسن حظر أو قيود على المسافرين الصينيين، وقد قام مجلس السفر والسياحة العالمي (WTTC)، في تقاريره الخاصة بالسارس بتقدير تأثير المرض على صناعة السفر والسياحة عام 2003، حيث كان من المتوقع أن تفقد الصين أكثر من 2.8 مليون وظيفة في حين أن عدد الوظائف المفقودة في هونغ كونغ سيتجاوز 27 ألف وظيفة، ومع ذلك إذا أخذنا في الاعتبار التأثير غير المباشر للسارس فإن تأثيره الحقيقي كان أكبر، حيث من المتوقع أن تعاني الصين بشكل مباشر وغير مباشر من خسارة مرتبطة بالسارس تبلغ 6.8 مليون وظيفة و20.4 مليار دولار من الناتج المحلي الإجمالي أي سيضيع 25% من الناتج المحلي الإجمالي، وفقدت صناعة السفر والسياحة في هونغ كونغ 3.6 مليار دولار أمريكي و41.7 ألف وظيفة، أما في فيتنام تم فقدان 15.7% من الناتج المحلي الإجمالي للصناعة و62 ألف وظيفة، وفي سنغافورة تم فقدان 43% من الناتج المحلي الإجمالي للصناعة و17500 وظيفة¹.

¹ - Breda Zélia, "The Impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on China's Tourism Sector in Tourism", Research Journal 1(2), Portugal, 2004, p5-6-7.

2- تدابير تعزيز انتعاش السياحة من وباء السارس:

- استطاعت الحكومات والمنظمات الدولية وفي مقدمتها المنظمة العالمية للصحة من التغلب على هذه الوباء بفضل تعبئة واسعة النطاق من خلال¹:
- حشد الجهود العالمية واستدامتها للسيطرة على الوباء؛
 - توحيد المبادئ التوجيهية بشأن السفر الدولي، ولا سيما تلك المتعلقة الطيران لتعبئة البحث العلمي العالمي لتحسين فهم المرض؛
 - تطوير أدوات التحكم مثل الاختبارات التشخيصية والأدوية واللقاحات؛
 - التعاون مع الدول الأعضاء لتعزيز نظم المراقبة الوبائية ولضمان الاستجابات الفعالة للأمراض الناشئة والمتكررة، بما في ذلك السارس؛
 - تعزيز وظائف شبكة الإنذار والاستجابة العالمية التابعة لمنظمة الصحة العالمية؛
 - أما فيما يخص الصين فقد اتخذت الحكومة الصينية عدة تدابير لتعزيز انتعاش السياحة خاصة بعد رفع حظر السفر إليها من طرف منظمة الصحة العالمية والتي حذرت من المبالغة في رد الفعل اتجاه السارس ودعت إلى الموضوعية والتعاون².
 - أظهرت الحكومة استجابة حذرة نسبياً حيث تم استخدام معظم الإنفاق المتزايد لتعويض الصناعات ذات الصلة بالسياحة عن الخسائر التي تكبدتها.
- على الرغم من أن نقشي مرض السارس أبطأ بشكل كبير من تطور السياحة الصينية، إلا أنه سهل أيضاً إعادة تنظيم وكالات السياحة الصينية، ففي الوقت الذي ظلت فيه العديد من الفنادق والمطاعم وغيرها من أماكن الجذب مغلقة، انتهزوا فرصة القيام بمشاريع التجديد وإدخال تدابير نظافة غير مسبوقه في محاولة لبناء ثقة المستهلك، حيث أضافت هذه التطورات الإيجابية وإجراءات الصحة العامة المحسنة وزناً إلى الحجج القائلة بأن السارس على الرغم من خطورته فقد ساهم في تحسين الظروف الصحية والخدمات السياحية في الصين³.

ثالثاً - حرب العراق مارس 2003:

أظهر تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر WTTC سنة 2003 أن الحرب على العراق سوف تؤثر على البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، فارتفعت أسعار النفط بشكل كبير وانخفضت أسعار الأسهم بشكل حاد في معظم الاقتصادات المتقدمة وتضررت ثقة الأعمال وثقة المستهلك، كما تكبد قطاع السياحة خسائر كبيرة في القيمة الاقتصادية وفرص العمل إذ ساهمت الحرب في فقدان أكثر من 3 مليون وظيفة في صناعة السفر والسياحة العالمية وأكثر من 30 مليار دولار من القيمة الاقتصادية عام 2003،

¹ - WHA 56, Op.cit, p4.

² - WTO , "WTO Warns Against Over reaction to SARS, Calls for Objectiveness and Cooperation" ,8 May 2003, on the site: <http://www.world-tourism.org/newsroom/Releases/2003/May/sars.htm>, consulter le:10/01/2021

³ - Breda Zélia, Op.cit, p 15.

لكن لن يكون هناك تأثير موحد على جميع البلدان فسيعاني أكبر اقتصاد في العالم، الولايات المتحدة الأمريكية من صدمة هائلة مع خسارة تقدر بنحو 450 ألف وظيفة وانخفاض في القيمة الاقتصادية لصناعة السفر والسياحة بنسبة 3.7% أما الاتحاد الأوروبي فيفقد ما يقرب من 260 ألف وظيفة وشهدت صناعة السفر والسياحة انخفاض الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 0.7% أي حوالي 270 مليون دولار من القيمة الاقتصادية¹.

وأدى واقع الحرب إلى انعكاسها الحاد على الإنفاق على السفر حيث شعرت شركات ووكالات السياحة والسفر في الشرق الأوسط بأن الوضع أسوأ، خاصة في دول مثل قطر ومصر والبحرين والأهم من ذلك كله الكويت، كما سجلت الولايات المتحدة وأجزاء من أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ أيضًا درجات متفاوتة من الانخفاض وهذا بغض النظر عن موقفها من الحرب، فبعد الاطاحة بالنظام العراقي في 9 أبريل 2003 تراجعت الحركة الدولية لشركات الطيران في العالم ففي الأسبوع الأول من الحرب سجلت شركات الطيران الأوروبية تراجعاً بنسبة 52.3%، واتخذت شركات النقل إجراءات صارمة لإلغاء الخدمات وكانت حركة المرور على الخدمات إلى منطقة آسيا والمحيط الهادئ أقل بنسبة 11.6% عما كانت عليه قبل عام 2002، وخفضت شركة أمريكان إيرلاينز التابعة لشركة AMR الرحلات الدولية بنسبة 6% في أبريل وخفضت خطوط دلتا الجوية بنسبة 12% من رحلاتها هذا وقامت مجموعة شركة الطيران الهولندية KLM وهي أقدم شركة طيران في العالم ببيع 77.1% من المقاعد المتاحة في مارس بانخفاض 7.4% عن العام 2002، وقالت KLM إن حركتها انخفضت بنسبة 32% إلى الشرق الأوسط في شهر مارس، بينما انخفض عامل الحمولة بنسبة 10.3% إلى منطقة آسيا والمحيط الهادئ وبنسبة 7.5% إلى أمريكا الشمالية كما أعلنت الشركة عن مجموعة من الإجراءات الطارئة لخفض التكاليف كالتجميد الفوري للتوظيف ومراجعة جميع النفقات الرأسمالية².

آسيا هي الأخرى مستها آثار الحرب على العراق حيث أكدت Japan Airlines System Corp شركة الطيران اليابانية الأكبر في آسيا أن أكثر من 30 ألف مسافر ألغوا حجوزات على الرحلات الدولية منذ اندلاع الحرب حتى نهاية أبريل، كما أعلنت الخطوط الجوية التايلاندية الدولية هي الأخرى تخفيض رحلاتها إلى هونغ كونغ وإلى وجهات إقليمية .

ويمكن أن نوضح تأثير حرب العراق على قطاع السياحة والسفر في الجدول رقم (31) كما يلي:

¹-WTTC Reports, "The potential impact of an Iraq war on Travel & Tourism", 13 March 2003,p12.

²- Martin Moodie, "The Iraq Crisis – Global Travel Retail Updates", The Moodie Report, 2 July 2003.

الجدول رقم (31): تأثير سيناريو الحرب العراق 2003 على أكبر 10 اقتصادات في مجال السياحة والسفر

البلدان	نسبة الطلب على السفر	نسبة صادرات الزوار	الناتج المحلي الإجمالي لصناعة السياحة والسفر	التوظيف في اقتصاد السياحة والسفر
و. م الأمريكية	-2.3%	-1.3%	-3.7%	450000 -
اليابان	-1.6%	-16.3%	-1.4%	86000 -
ألمانيا	-2.6%	-8.2%	-0.8%	26960 -
المملكة المتحدة	-2.1%	-8.3%	1%	10990
فرنسا	-3.4%	-8%	2%	89930
إيطاليا	-2.3%	-7.9%	-0.8%	42090 -
الصين	-1.5%	-8.4%	-1.7%	493700 -
اسبانيا	-3.1%	-7.9%	-2.9%	79010 -
كندا	-2.6%	-14.7%	-3.5%	52170 -
المكسيك	-2.9%	-15.1%	-3.9%	113810 -

Source: WTTC , "The potential impact of an Iraq war on Travel & Tourism", 13 March 2003, p17.

يختصر الجدول رقم (31) تأثير حرب العراق على أكبر الاقتصادات في مجال السياحة والسفر حيث مست الطلب والعرض السياحي بشكل كبير في المكسيك واليابان والصين وفرنسا، ولم يقتصر على هذا فحسب بل أثرت الحرب بشكل سلبي على الناتج المحلي لصناعة السياحة والسفر بنسبة تتراوح بين 3% و 3.9% في كل من الولايات المتحدة الأمريكية واسبانيا وكندا والمكسيك، مما كان له الأثر البارز في انخفاض سوق العمالة في هذا القطاع أين تأثر بانخفاض تتراوح بين 26 ألف إلى أكثر من 49 ألف وظيفة في كل اقتصادات الدول العشرة.

رابعاً - الأزمة المالية 2008-2009:

1- أسباب الأزمة المالية العالمية:

ترجع أصول الأزمة المالية التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى سببين أساسيين هما: -المبالغة في إصدار الأصول المالية للمديونية: وخاصة للمؤسسات المالية بالمقارنة بما تملكه من أصول وهو ما يعرف باسم الرافعة المالية leverage، وهي ليست مجرد مديونيات شخصية وإنما تأخذ عادة شكل مديونيات قابلة للتداول في الأسواق المالية وبالتالي فهي أشبه بالمديونيات العامة التي تمثل جزءاً من الثروة المالية المتداولة¹.

-أزمة الرهن العقاري: امتدت عدواها إلى باقي دول العالم، وذلك نتيجة توسع البنوك في تقديم القروض دون توافر ضمانات كافية مقابل أقساط شهرية ثابتة على مدى ثلاث عقود، حيث قام سماسرة العقار بإغواء الأسر بشراء مساكن من دون دفعة أولى على أساس أقساط ثابتة لمدة قصيرة لا تتجاوز ثلاث سنوات مما زاد الطلب على السكن، ففي الولايات المتحدة بنوك الاستثمار هي المسؤولة عن إصدار معظم

¹ صندوق النقد العربي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصادات العربية"، ديسمبر 2008. ص 3-4.

الأدوات المالية الجديدة ولا تخضع لأية رقابة أو إشراف من السلطات العامة، وعلى هذا تفاعلت كل هذه العناصر على إحداث أزمة مالية عميقة أضعفت النظام المالي في أمريكا ولأن جميع المؤسسات المالية تتعامل مع بعضها البعض امتدت آثار الأزمة إلى بقية النظام المالي العالمي¹.

2- احتواء الأزمة المالية العالمية:

لاحتواء الأزمة تطلب الأمر تنفيذ مجموعة من السياسات والاستراتيجيات والبرامج على المستوى المحلي والعالمي ومن أهم الخطط:

- ضخ مليارات الدولارات في المصارف المركزية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وغيرها؛
- تخفيض أسعار الفائدة الأساسية من قبل المصارف المركزية من أجل التعاطي مع الأزم؛
- إقرار مشاريع القوانين التي تركز على حماية أصحاب العقارات وإعادة تمويل قروض الرهن العقاري التي تدعم وتساعد أصحاب هذه العقارات على تجاوز أزمتهم؛
- اعتماد خطط إنقاذ من طرف الدول لحماية اقتصادياتها أمام تهديدات الأزمة المالية، ومن أهمها خطة الإنقاذ الأمريكية التي أقرها مجلس الشيوخ ووافق عليها أيضا مجلس النواب يوم 3 سبتمبر 2008، حيث اعتمدت هذه الخطة على التدخل المباشر للدولة في السوق من خلال شراء الدولة أصولا هالكة مرتبطة بالرهن العقاري بقيمة 700 مليار دولار لتشجيع النمو الاقتصادي (تدخل الدولة في هذه الأزمة يناقض فلسفة الفكر الرأسمالي مما يثبت سقوط نظرية فوكو ياما).

3- أثر الأزمة المالية 2008 على قطاع السياحة والسفر في العالم:

تعتبر الأزمة المالية العالمية عام 2008 من أعمق وأشد الأزمات تعقيدا منذ الكساد الكبير عام 1929، وعلى الرغم من أنها بدأت في سوق الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية إلا أنها خلقت صعوبات اقتصادية ومالية مست كل من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

ويمكن أن نوضح تأثير الأزمة المالية على قطاع السياحة والسفر في العالم من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (32): تأثير الأزمة المالية العالمية 2008 على صناعة السياحة في العالم

2010	2009	2008	2007	
973.7	911.8	950.3	927	عدد السياح الدوليين
%6.7	%4.1-	%2	%7.2	نسبة النمو
930	825	942	870	عائدات السياحة الدولية
%12.7	%9.6 -	%9.8	%13,6	نسبة النمو

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات:

- منظمة السياحة العالمية WTO، 2019، مرجع سابق.

¹ صفوت عبد السلام عوض الله، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي"، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، حول الجوانب القانونية الاقتصادية للأزمة المالية العالمية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، 21 أفريل 2009، ص 5-7.

- منظمة التعاون الإسلامي، "السياحة الدولية في بلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات"، 2013، ص 7-9.

القراءة التحليلية لأرقام الجدول رقم (32) تؤكد أن عدد السياح الدوليين سنة 2008 واصل في الزيادة حيث بلغ 950.3 مليون سائح أي ما يعادل زيادة بنسبة 2% عن سنة 2007، ومع هذا فمعدل النمو هذا أقل بكثير من السنوات السابقة وبالمقابل بلغت عائدات السياحة الدولية مبلغ 942 مليار دولار ما يعادل زيادة قدرت بنسبة 9.8% من عائدات العام السابق، غير أن الأزمة المالية شهدت منذ النصف الثاني من عام 2008 وخلال عام 2009 صدمة كبيرة جراء الأزمة المالية العالمية والارتفاع الحاد في أسعار النفط مع انتشار إنفلونزا الخنازير، وفي هذا السياق يجدر الذكر أن منبع الأزمة المالية العالمية قد لعب دورا مهما في تكثيف الآثار السلبية على قطاع السياحة لا سيما وأن الأزمة ظهرت في الاقتصادات المتقدمة لأقاليم الاستقطاب السياحي الرئيسية بالأمريكتين وأوروبا.

ونتيجة لهذه الأسباب فعام 2009 شهد انقلاب مسار كل من الإنفاق السياحي وعدد السياح الدوليين والعائدات السياحية إلى الاتجاه المعاكس، فقد انخفض عدد السياح الدوليين إلى 911.8 مليون سائح، تبعه مباشرة انخفاض في الإنفاق السياحي إلى 913.2 مليار دولار بنسبة 10.4% عن سنة 2008 وكننتيجة حتمية انخفضت العائدات السياحية إلى 825 مليار دولار بنسبة 9.6%، ويعزى هذا الانخفاض لعام 2009 إلى جانب الأسباب السابقة إلى ارتفاع قيمة الدولار الأمريكي في ذلك العام، ولكن يمكن أن يكون أوضح أنه في الأوقات الاقتصادية الصعبة لا يمتنع السياح الدوليين كثيرا عن السفر، ولكن ربما يختارون إقامة قصيرة في وجهات أقل تكلفة وقريبة إلى الوطن، بسفر وإقامة أقل¹.

لكن سرعان ما عاد قطاع السياحة والسفر إلى الانتعاش مرة أخرى عام 2010 مسجلا ارتفاع في عدد السياح الدوليين 973.7 مليون سائح وارتفع بذلك الإنفاق السياحي بنسبة 8.9 بقيمة 994.9 مليار دولار و930 مليار دولار من عائدات السياحة الدولية.

كما أن تأثير الأزمة المالية على السياحة الدولية يتباين بتباين الأقاليم ، وهذا ما نوضحه في

الجدول رقم (33):

¹ - منظمة التعاون الإسلامي، 2013، مرجع سابق، ص 8.

الجدول رقم (33): أثر الأزمة المالية العالمية على صناعة السياحة حسب الأقاليم

الأقاليم	البيان	2007	2008	2009	2010
إفريقيا	عدد السياح الدوليين (مليون)	42.6	44.5	45.9	49.9
	إيرادات السياحة الدولية (مليار \$)	29.1	29.9	28.1	31.6
الأمريكتين	عدد السياح الدوليين (مليون)	142.9	146.9	140	150.4
	إيرادات السياحة الدولية (مليار \$)	171.3	187.7	156.6	182.2
آسيا	عدد السياح الدوليين (مليون)	182	184	180.9	205.5
	إيرادات السياحة الدولية (مليار \$)	186.8	209	202.8	248.7
أوروبا	عدد السياح الدوليين (مليون)	485.4	487.3	460	485.2
	إيرادات السياحة الدولية (مليار \$)	435.2	472.8	412.4	406.2
الشرق الأوسط	عدد السياح الدوليين (مليون)	46.9	56	52.9	58.2
	إيرادات السياحة الدولية (مليار \$)	35	42.8	43.3	50.3

المصدر: منظمة التعاون الإسلامي، "السياحة الدولية في بلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات"، 2013، ص 8-9.

الجدول رقم (33) يؤكد أن سنة 2009 هي أسوأ سنة للسياحة في العالم حيث أثرت على كل الأقاليم، فقد شهدت كل الأقاليم انخفاض في عدد السياح الدوليين عدا إقليم الشرق الأوسط الذي تمكن من جذب عدد سياح زاد بـ 1.4 مليون سائح بزيادة بلغت 3.1% عن سنة 2007، كما نلاحظ أن الوضع مشابه إلى حد كبير فيما يتصل بعائدات السياحة الدولية التي انخفضت حيث سجلت أوروبا أعلى خسارة في كل من عائداتها بنسبة 12,8% وعدد السياح الدوليين بنسبة 5.6%، تلتها الأمريكيتان بنسبة 11.8% خسارة في العائدات، باستثناء الشرق الأوسط الذي حقق زيادة بنسبة 1.2% في عائداته السياحية، لكن سرعان ما انتعشت السياحة في كل الأقاليم بشكل كبير، فمن حيث عدد السياح الدوليين شهد أعلى معدل نمو في آسيا والباسفيك حيث وصل إلى 13.4% بعدد بلغ 182.2 مليون سائح، تلتها منطقة الشرق الأوسط بنسبة 10% وإفريقيا بـ 7,8% و 7,4% في الأمريكيتين أما أوروبا فقد شهدت أقل نسبة نمو 5.5%، لكن عام 2011 شهد تعافي كلي من آثار الأزمة المالية .

المطلب الثاني: فيروس كورونا المستجد (COVID-19) وتداعياته على الاقتصاد العالمي

أثرت جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد-19 بشكل كبير على الاقتصاد العالمي، ومع أن النطاق الكامل للآثار التي خلفها سواء بشرية أو اقتصادية لا تزال متواصلة إلا أنها ستكون ثقيلة، وتجعل مواطن الضعف القائمة بالفعل على صعيد الاقتصاد الكلي لبلدان الأسواق الصاعدة والبلدان النامية عرضةً لاضطرابات اقتصادية ومالية لأن هذه الأخيرة تعاني أصلاً انخفاض في الإنفاق الصحي ونقص الموارد البشرية في قطاع الرعاية الصحية ونقص المعدات الطبية، حيث أن إجمالي الإنفاق على الصحة للفرد فيها أقل بكثير من متوسطات البلدان ذات الدخل المماثل، كما أن الجائحة حدت من قدرة وفعالية المساندة على

صعيد السياسات بين الدول في وقت تشدد فيه الحاجة إليه، وحتى مع وجود مساندة السياسات فمن المتوقع أن تكون التداعيات الاقتصادية للجائحة طويلة الأمد.

أولاً- نشأة فيروس كورونا المستجد (COVID-19) وتطوره¹:

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)، ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19، وهو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019 ليتحول إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم.

وتتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد-19 في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، والآلام والأوجاع، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، وصعوبة في التنفس وألم أو ضغط في الصدر أو فقدان القدرة على النطق أو الحركة، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويعتبر هذا الفيروس سريع العدوى، حيث تشير منظمة الصحة العالمية عن أحدث ما توصلت إليه البحوث العلمية من نتائج حول طرق انتشاره أنه ينتشر بشكل أساسي في الهواء من أنف أو فم المصاب عندما يسعل أو يعطس أو يتكلم، وقد يصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جداً، والبعض الآخر تظهر عليه أعراض المرض بعد مرور أسبوعين، كما يتعافى معظم الناس (نحو 80%) من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص ولكن الأعراض تشدد لدى شخص واحد تقريباً من بين كل 5 أشخاص مصابين بمرض كوفيد-19 فيعاني من صعوبة كبيرة في التنفس.

ثانياً- الآثار البشرية لفيروس كورونا COVID-19:

أودت جائحة COVID-19 بأرواح كثيرة وتسببت في اضطراب هائلة للأسر والمجتمعات والاقتصادات في جميع أنحاء العالم، ولكنها أدت أيضاً إلى الاستجابة الأسرع والأوسع مدى لحالة طوارئ صحية عالمية في تاريخ البشرية، حيث كانت السمات المميزة لهذه الاستجابة هي التعبئة العلمية التي لا مثيل لها والبحث عن الحلول والالتزام بالتضامن العالمي.

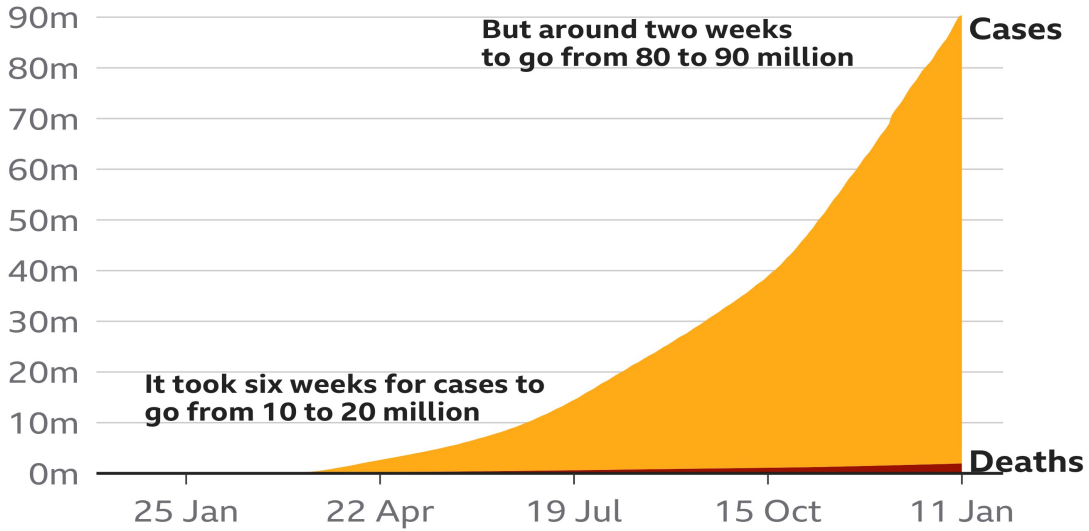
وقد تسبب فيروس كوفيد-19 في إصابة أكثر من 90 مليون شخص وفقاً للإحصاءات الرسمية حتى 11 جانفي 2021، موضحة في الشكل رقم (28):

¹ - منظمة الصحة العالمية، فيروس كورونا (كوفيد-19)، على الموقع الإلكتروني للمنظمة:

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>, consulter le 15/01/2021.

الشكل رقم (28): إجمالي الآثار البشرية لفيروس كورونا COVID-19 حتى جانفي 2021

Global coronavirus cases pass 90 million



Source: Johns Hopkins University, data to 11 Jan

BBC

نلاحظ من الشكل رقم (28) أنه قد أصيب ما لا يقل عن 90 مليون شخص بفيروس الكورونا حتى جانفي 2021، وقد تم تحديد تفشي المرض في البداية من خلال سلسلة من البؤر المتغيرة بما في ذلك ووهان، الصين، إيران، شمال إيطاليا، إسبانيا؛ ونيويورك، تم انتشار في كل دول العالم (218 دولة)، لكن عدد الحالات الجديدة تتزايد بشكل أسرع من أي وقت مضى في جميع أنحاء العالم، حيث يتم الإبلاغ عن أكثر من 500 ألف حالة يوميًا في المتوسط¹.

وبالرغم من اتخاذ تدابير التباعد الاجتماعي في العديد من دول العالم إلا أن الفيروس كان سريع الانتشار أما عن أكثر الإصابات المؤكدة وعدد الموتى يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (34): عدد الإصابات المؤكدة والموتى في 10 دول الأكثر إصابة في العالم حتى 7 جانفي 2021

عدد الوفيات	عدد الإصابات المؤكدة	الدول
372,169	22,005,067	الولايات المتحدة الأمريكية
150,592	10,412,704	الهند
199,315	150,592	البرازيل
60,457	3,332,142	روسيا
78,508	2,889,419	المملكة المتحدة
66,565	2,705,618	فرنسا
22,264	2,296,102	تركيا
77,291	2,220,361	إيطاليا
51,675	2,024,904	إسبانيا

¹ - The New York Times, Corona virus World Map: Tracking the Global Outbreak, January 7, 2021, in the site <https://www.nytimes.com/interactive/2020/world/coronavirus-maps.html> consult the 7-01-2021

Source: world omete, Countries where COVID-19 has spread, January 07, 2021
<https://www.worldometers.info/coronavirus/countries-where-coronavirus-has-spread/>
 consulter le 28/01/2021

الجدول رقم (34) يوضح أن الولايات المتحدة سجلت أعلى حصيلة للإصابات والوفيات بفيروس كوفيد-19 أكثر من 22 مليون إصابة و372,169 حالة وفاة، تليها الهند بـ 10,412,704 إصابة مؤكدة و150,592 حالة وفاة، وفي المرتبة الثالثة البرازيل بعدد إصابات مؤكدة بلغت 150,592 حالة و199,315 وفاة، تحتل روسيا المرتبة الرابعة بـ 3,332,142 حالة إصابة مؤكدة و60,457 حالة وفاة، تليها المملكة المتحدة بعدد إصابات بلغت 2,889,419 حالة و78,508 حالة وفاة، تليها فرنسا ثم تركيا ثم إيطاليا بعدد إصابات بلغت 2,220,361 حالة وعدد وفيات 77,291 حالة، أما المرتبة العاشرة فهي لإسبانيا بعدد وفيات 51,675 حالة و2,024,904 إصابة مؤكدة.

وعدد الإصابات تؤكد أن جميع البلدان فشلت في الاستجابة بشكل جيد للوباء، حيث نرى اختلافات كبيرة جدًا حيث تعاني البعض من تفشي رهيب للفيروس، بينما تمكن البعض الآخر من احتواء هذا التفشي السريع أو حتى منع تفشي المرض بشكل كامل، ويمكننا أن نرى طريقتين مختلفتين أثر فيها الوباء على البلدان¹:

- لم تتمكن بعض البلدان من احتواء الوباء، واستمر عدد الوفيات هناك في الارتفاع بسرعة أسبوعًا بعد أسبوع.

- شهدت بعض البلدان تفشي المرض بشكل كبير، ولكن بعد ذلك "انحرف المنحنى" وخفضت عدد الوفيات مرة أخرى، مثل كوريا الجنوبية والنرويج أين شهدت هذه البلدان انتشارًا سريعًا، لكنها تمكنت بعد ذلك من تقليل عدد الوفيات بسرعة كبيرة إلى أعداد منخفضة.

كما تشير الوفيات الزائدة إلى عدد الوفيات من جميع الأسباب التي تتجاوز ما كنا نتوقع رؤيته في ظل الظروف "العادية"، فالنظر إلى الوفيات الزائدة مفيد لفهم التأثير الكلي للوباء على الوفيات المباشرة وغير المباشرة، حيث يساعدنا ذلك على فهم التأثير المباشر من خلال رصد الوفيات الناجمة عن COVID-19 التي لم يتم تشخيصها والإبلاغ عنها بشكل صحيح لأنه لم يتم إجراء اختبار للفيروس، أما فهم التأثير غير المباشر للوفيات من خلال التعرف على الطرق العديدة التي أثر بها الوباء على النظم الصحية وظروف المعيشة مما أدى إلى تحويل الموارد بعيدًا عن المشكلات الصحية الأخرى فقد يموت عدد أكبر من الأشخاص لأسباب غير الكوفيد، وبالتالي فإن الوفيات الزائدة هي مقياس أكثر شمولاً لتأثير الوباء على الوفيات من عدد الوفيات المؤكدة من COVID-19

¹ - Statistics and Research, Coronavirus Pandemic (COVID-19), January 6, 2021, in the site:
<https://ourworldindata.org/coronavirus> consulter le :08-01-2021.

ثالثاً- تأثير فيروس كورونا COVID-19 على الاستثمار في أهداف التنمية المستدامة:

في سنة 2019 لم تكن تعبيرات مثل "الإغلاقات العامة" و"الزامية ارتداء الكمامة" والتباعد الاجتماعي معروفةً لمعظمنا، لكن بعد مارس 2020 أصبحت جزء من لغة حياتنا اليومية، إذ أن جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) مازالت تُؤثّر على كل مناحي حياتنا، فعلى مدار الإثني عشر شهراً لسنة 2020 ألحقت جائحة كورونا أضراراً كبيرة على النشاط الاقتصادي والتجاري في العالم وصاحبتهما تقلبات في الأسواق المالية والنفطية حيث شهدت أسعار النفط تراجعاً حاداً من 77 دولار إلى أقل من 33 دولار، حيث عانت اقتصادات دول الشرق الأوسط والدول العربية المصدرة للنفط من انخفاض أسعار بسبب تراجع الطلب العالمي بما يقارب الـ 10 مليون برميل يومياً، وتوقع الانكساد أن يتراجع الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم بنسب تتراوح ما بين 30%-40% حتى عام 2021، كما تتوقع أكبر 5000 شركة متعددة الجنسيات والتي تمثل حصة كبيرة من الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم هبوطاً في أرباحها لعام 2020 بنسبة 30% في المتوسط بل وصلت قمة الهبوط عند 200% في الصناعات الأكثر تضرراً مع ترجيح بمزيد من التدهور.¹

ولا يبدو أن فيروس كورونا المستجد مجرد موجة عابرة بل انتشر حول العالم مما يسبب المزيد من الاضطرابات لجميع الشركات والاقتصادات والممارسات الاجتماعية والتعليمية والصحية ما يعني انهيار الاقتصاد العالمي بصفة كلية، والتي تظهر مؤشراتته في:

- ارتفاع سريع للعجز المالي؛
- انخفاض في إنتاجية اليد العاملة وزيادة البطالة؛
- انخفاض في معدل الاستيراد والتصدير؛
- صدمات الطلب السلبية التي تؤثر على حجم الاستثمار وتوقف الإنتاج وتعطل سلاسل التوريد؛
- تراجع في معدلات الأعمال والاستثمار؛
- الانخفاض في التصنيع الذي يعتمد على المواد الخام؛
- فقدان الثقة لكل من الشركات والمستهلكين.

هذا وقد سجلت سنة 2020 انخفاضاً في حجم الاستثمار في الحقول الخضراء ذات الصلة بأهداف التنمية المستدامة في البلدان النامية بنسبة 33%، كما انخفض تمويل المشاريع الدولية بنسبة 42%، وسجلت جميع قطاعات الاستثمار في أهداف التنمية المستدامة انخفاضاً غير مسبوق عن مستوى ما قبل الجائحة كقطاع الصحة-54%، قطاع الزراعة والأغذية-49%، النقل والبنية التحتية-54%، المياه والصرف الصحي-67%، باستثناء قطاع الاتصالات الذي نمت بشكل كبير فترة الجائحة حيث ارتفع الاستثمار فيه بنسبة 27%.²

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2020، مصدر سابق، ص32.

² - UNCTAD, " Investing in sustainable Recovery", World Investment Report 2021, UNITED NATION, Geneva, 2021, p13-14.

ويمكن أن نوضح التداعيات بأكثر تفصيل في مايلي:

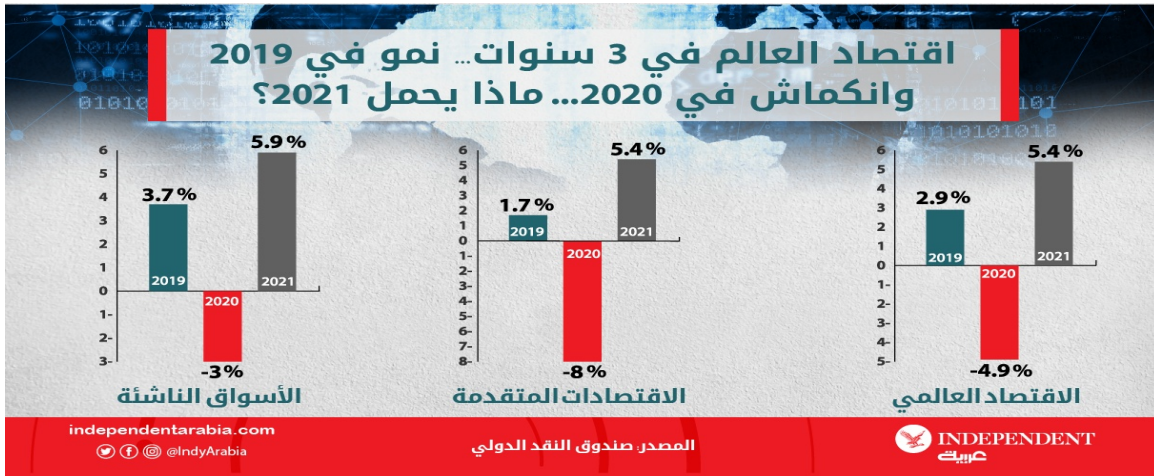
1- فقدان الوظائف وزيادة عدد الفقراء: الجائحة تنذر بسقوط 88 مليون شخص في بؤر الفقر المدقع سنة 2020 فبعد عقود من التقدم المطرد في الحد من أعداد الفقراء الذين يعيشون على أقل من 1.90 دولار للفرد في اليوم، سيكون عام 2020 إيذاناً بأول انتكاسة لجهود الأمم المتحدة للقضاء على الفقر في العالم أفاق 2030 كأهم هدف من أهداف التنمية المستدامة، والشكل التالي يوضح ذلك:

كما يتوقع أن يكون عدد الفقراء عام 2021 إذا استمرت الجائحة 735.7 مليون فقير في العالم وهو رقم مرتفع عما كان متوقع قبل الجائحة 697.2 مليون فقير، لأن كثيراً من الفقراء الجدد يشتغلون على الأرجح في قطاعات الخدمات غير الرسمية، والإنشاءات، والصناعات التحويلية وهي القطاعات التي تأثر فيها النشاط الاقتصادي بشدة من جراء الإغلاقات العامة والقيود الأخرى على الحركة والانتقال.

ومن المتوقع أن تخسر المنطقة العربية ما لا يقل عن 1.7 مليون وظيفة عام 2020 في ظل التوقعات بأن يرتفع معدل البطالة بمقدار 1.2 نقطة مئوية¹.

2- انخفاض مستوى النمو الاقتصادي: تفشي الوباء فرض على الدول اتخاذ مجموعة من الإجراءات والتدابير الاحترازية، العزل، الحجر الصحي، التباعد الاجتماعي ومنع السفر، مما انعكس سلباً على الاقتصاد حيث أصبح يعيش حالة من الركود الحاد والانكماش المفاجئ، وبالتالي ظهور أزمة اقتصادية عالمية غير متوقعة، وفيما كانت التوقعات الاقتصادية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لعام 2020 تتنبأ بنسبة من النمو الثابت إن لم يكن بالنمو المتزايد، جاء تفشي الفيروس وسبب صدمة كبيرة للاقتصاد العالمي، فقد خفضت المنظمة توقعاتها إلى النصف من 2.9% إلى 1.5%، وربما تسوء الأمور أكثر إلى درجة تسجيل عجز في الدخل العالمي بقيمة 2000 مليار دولار، وبالرغم من أن الإغلاق العام خفض من عدد الإصابات وأنقذ الأرواح إلا أنه ألحق ضرراً بالنشاط الاقتصادي، يوضحها الشكل رقم (29):

الشكل رقم (29): أثر فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي



المصدر: independent عربية على الموقع: <https://www.independentarabia.com>

¹ - الإسكوا ESCWA، فيروس كورونا التكلفة الاقتصادية على المنطقة العربية، سبتمبر 2020، ص 1.

حسب الشكل رقم (29) أشارت توقعات صندوق النقد الدولي إلى انكماش اقتصادي عالمي مقدر كمتوسط عند 4.9% لعام 2020، أما البنك الدولي يتنبأ أن إجمالي الناتج المحلي العالمي سيشهد انخفاض بنسبة 4.6% سنة 2020¹، هذا وقد فتأثيرات الجائحة في الاقتصاد كانت قوية في النصف الأول من عام 2020، فيما التعافي سيستمر بطيئاً في نهاية السنة، على أن يعاود الارتفاع في عام 2021 بحدود 5.4% نمو إيجابي ولكنه يبقى أقل بست نقاط مئوية عن مستويات كانت سُجّل لولا جائحة كورونا، كما شهدت اقتصادات الدول المتقدمة والدول الصاعدة انكماش يقدر بـ8% و3% على الترتيب. أما حجم خسائر الاقتصاد الكلي فارتفعت من 7 تريليون دولار مقدرة سابقاً إلى حدود 12 تريليون دولار، فتأثير الوباء سلبي أكثر مما كان متوقعاً، فيما تضررت قطاعات رئيسة بشدة، كقطاع السياحة والطيران التي أصبحت تواجه الإفلاس.

يتوقع صندوق النقد الدولي أن تتقلص جميع اقتصادات منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عام 2020 بمتوسط 1.4% باستثناء مصر، وتشير أحدث التقديرات إلى أن النمو في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا قد ينخفض إلى 6.6% للبلدان المصدرة للنفط و1% للبلدان المستوردة للنفط ومن المتوقع أن تشهد ليبيا ولبنان أكبر انخفاض في نمو الناتج المحلي الإجمالي بـ6.66% و25% على التوالي². وستشهد المنطقة العربية خسائر لا تقل عن 42 مليار دولار في إجمالي الناتج المحلي³، وبحسب دراسة قام بها باحثون في جامعة سيدني أن جائحة فيروس كورونا وما رافقها من إجراءات إغلاق قاسية، كلفت الاقتصاد العالمي نحو 3.8 تريليون دولار وهو رقم مرشح للارتفاع، وبالرغم من الجوانب المظلمة لأزمة كورونا إلا أن الجانب المشرق الذي ظهر هو أكبر انخفاض في إنبعاثات الغازات الدفيئة في تاريخ البشرية. وعلى العموم تسببت جائحة كوفيد-19 في خلق اضطرابات غير مسبوقه في الاقتصاد العالمي نوجزها في مايلي:

- مخاطر السوق: حيث انهار الطلب على بعض المنتجات والخدمات؛
- المخاطر التشغيلية: حيث أن الوباء قد عطل سلاسل التوريد وأعاق الإنتاج؛
- المخاطر المالية: حيث ارتفعت تكاليف الاقتراض لبعض الصناعات وتخلف العملاء عن السداد.

¹-WORLD BANK BLOGS, **The impact of COVID-19 in 12 charts**, 14 12 2020, in the site: <https://blogs.worldbank.org/voices/2020-year-review-impact-covid-19-12-charts>, consulter le 22/01/2021.

²- منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD، الإستجابة لأزمة فيروس كورونا (COVID -19) في دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، أكتوبر 2020.

³- الإسكوا ESCWA، فيروس كورونا التكلفة الاقتصادية على المنطقة العربية، سبتمبر 2020، ص 2.

المطلب الثالث: قراءة في انعكاسات جائحة الكورونا على صناعة السياحة في العالم وخطط إنعاشها

تسبب تفشي فيروس كورونا المستجد في خسائر ضخمة لقطاع السياحة حول العالم خلال النصف الأول من العام 2020 بحسب منظمة السياحة العالمية حيث قدرت قيمة الخسائر بـ460 مليار دولار وهي أكبر بخمسة أضعاف من تلك التي سجلت خلال الأزمة المالية عام 2009، وتسبب إغلاق الحدود والحجر الصحي في عدة دول إلى تراجع الطلب على السياحة بنسبة 70% طيلة عام 2020، كما أن النشاط السياحي العالمي شهد تراجع يتراوح بين 60% و80%¹، وهذا نتيجة إغلاق معظم دول العالم حدودها أمام حركة النقل الدولي ومن ضمنها النقل الجوي الذي أثر سلباً على قطاع السياحة العربية والعالمية، لكن يبقى الحد من الانكماش الاقتصادي القادم يتطلب الاستجابة الصحيحة من الحكومات والشركات والأفراد حتى يمكن تقصير مدة الأزمة للمساهمة في انتعاش أكثر لاستدامة للسياحة

أولاً- أثر جائحة الكورونا COVID-19 على قطاع السياحة والسفر في العالم:

يمكن أن نوضح تداعيات جائحة الكورونا على قطاع السياحة والسفر كما يلي:

1- إغلاق الحدود ومنع السياحة والسفر:

طبقت البلدان في جميع أنحاء العالم قيود السفر للحد من انتشار فيروس الكورونا، إغلاق المطارات، تعليق الرحلات القادمة والمغادرة، إغلاق الفنادق وتنفيذ قيود السفر، وعمليات الإغلاق على مستوى الدول ليست سوى بعض الإجراءات التي تنفذها في محاولة منها للمساعدة في احتواء الوباء، لكن بعد انتشار الوباء في النصف الأول من عام 2020 عاش ما لا يقل عن 93% من سكان العالم في بلدان ذات قيود سفر مرتبطة بفيروس كورونا، مع ما يقرب من 3 مليارات شخص يقيمون في بلدان تفرض إغلاقاً تاماً للحدود أمام الأجانب²، حيث أصبح السفر والسياحة أحد أكثر القطاعات تضرراً منذ بداية انتشار الفيروس مما أدى الوباء إلى خفض عدد السياح الدوليين إلى أكثر من 65% في النصف الأول من عام 2020 مقارنة بأرقام عام 2019.

2- التأثير على حركة النقل الجوي العالمي:

تعتبر جائحة كورونا أزمة غير مسبوقة في تاريخ النقل الدولي، ومن المتوقع أن تصل خسائر إيرادات المسافرين إلى 314 مليار دولار في العام 2020 مقارنة بالعام 2019، ومن المتوقع أيضاً أن ينخفض طلب الركاب بنسبة 48% عام 2020 مقارنة بعام 2019، ومن تأثيرات الفيروس المتوقعة خسارة في الوظائف في عام 2020 لتصل إلى 25 مليون وظيفة مرتبطة بالطيران.

وقد تحملت الخطوط الجوية في جميع أنحاء العالم العبء الأكبر لوباء كورونا سواء من حيث الوظائف أو الرحلات ، وعلى سبيل المثال تلقت شركة الطيران الإيطالية (italienne la compagnie)

¹ - منظمة السياحة العالمية WTO، توقعات خسائر قطاع السياحة، سبتمبر 2020.

² - Alaa Sbair, How COVID-19 Impacted Travel & Tourism Industry Globally, September 28, 2020 <https://infomineo.com/covid-19-impacted-travel-tourism-industry/consult-the-11/01/2021>

للشركة، أما في ألمانيا تعتزم الدولة الاستحواذ على 25% من رأس مال شركة الطيران (Alitalia) 3 مليار يورو في شكل قرض مصرفي بضمان الدولة وأصبحت الأخيرة في الواقع مالكة (Luftansa)، أما الخطوط الجوية البريطانية تحصلت على قرض بقيمة 2.25 مليار يورو¹.

وفي الإشارة إلى التأثير على إيرادات وعمليات المطارات، فقد أشار تقرير منظمة السياحة العالمية إلى توقعات المجلس الدولي للمطارات بانخفاض حركة المسافرين الدوليين بنسبة 65 % في عام 2020 لتصل الإيرادات إلى 5.9 مليار مقارنة بتقديرات بلغت 9.5 مليار للعام 2020 ما قبل نقشي فيروس كورونا وانخفاض إيرادات المطارات بنسبة 45% عام 2020 لتصل إلى حوالي 96 مليار دولار مقارنة بتقديرات كانت بلغت 171.8 مليار دولار ما قبل نقشي فيروس كورونا²، كما أكد المدير العام والرئيس التنفيذي لاتحاد النقل الجوي الدولي (IATA) أنه من الناحية المالية سيكون عام 2020 أسوأ عام في تاريخ الطيران، في المتوسط سيضيف كل يوم من هذا العام 230 مليون دولار لخسائر الصناعة، وإجمالاً خسارة تفوق 90 مليار دولار³، في حين قدرت الخسائر الصافية في صناعة الطيران الأمريكية 35 مليار دولار عام 2020 وبلغ إجمالي ديونها 67 مليار لنفس السنة⁴.

مقارنة ببقية العالم تعتبر مطارات الاتحاد الأوروبي (بما في ذلك المملكة المتحدة في عام 2020) الأكثر تضرراً بفيروس Covid-19، مع اختفاء اتصالها المباشر في أبريل ثم شهدت انتعاشاً ضعيفاً خلال ذروة الصيف في أوت عند -55% قبل أن ينخفض في سبتمبر إلى -62%، كما تؤكد منظمة مطار ACI-Europe في تقريرها السنوي عن الاتصال الجوي أن 6000 خط جوي لم يتم تشغيله في المطارات الأوروبية بعد تسعة أشهر من بدء أزمة Covid-19⁵.

3- تراجع عدد السياح الدوليين وانخفاض في العوائد السياحية:

شهد عدد السياح الدوليين الوافدين زيادة ملحوظة في العقد الماضي واستمر في النمو طوال السنوات الماضية حيث وصل عدد الوافدين سنة 2018 إلى 1.44 مليار و1.5 مليار في عام 2019، لكن في عام 2020 ومع التأثير الشديد لوباء COVID-19، انخفضت السياحة الدولية بنسبة 22% في الربع الأول وبنسبة 65% في النصف الأول من عام 2020 مقارنة بأرقام 2019.

¹- ENTREPRISES ET CLIENTÈLES, Dossier - L'impact de l'épidémie de Covid-19 sur le secteur aérien, Publié le 8 janvier 2021, sur le site: <https://www.veilleinfotourisme.fr/entreprises-et-clienteles/transports/>., consulter le 09/01/2021.

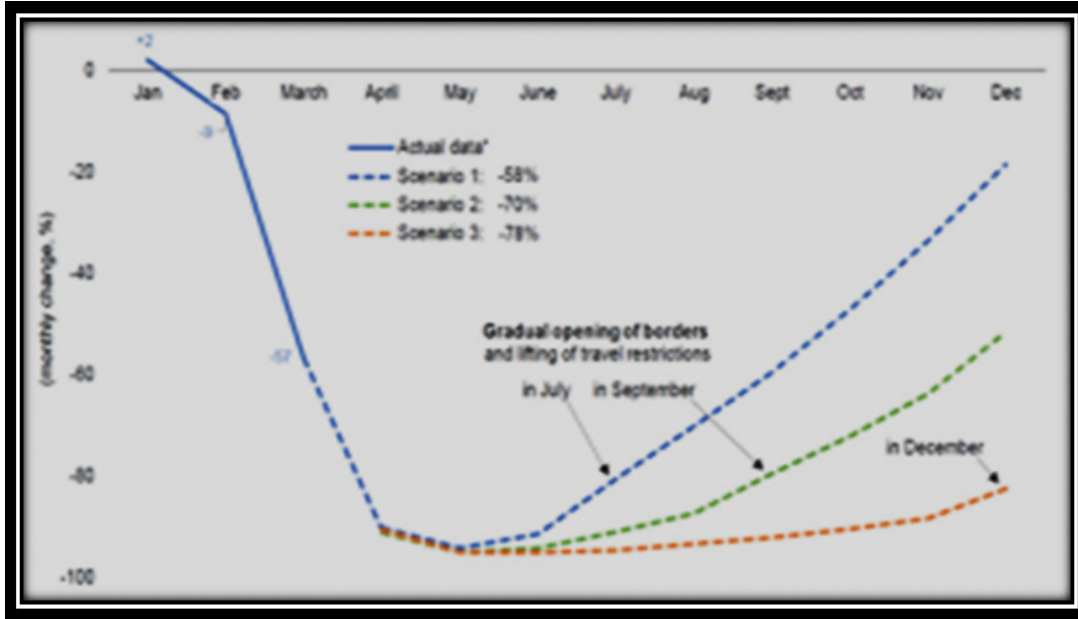
²- UNWTO, WORLD TOURISM ORGANIZATION, impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism ,march 5,2020, in the site: <https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19-> consulter le 12/01/2021-

³- Alaa Sbai, Opcit.

⁴- Travel Mole, US airline 2020 losses will top USD35 billion, Published on Monday, January 4, 2021, in the site: https://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=2045605, consult the 09/01/2021.

⁵- François Duclos, Connectivité : les aéroports européens les plus impactés dans le monde, Publié le 3 janvier 2021, sur le site: <https://www.air-journal.fr/2021-01-03-connectivite-les-aeroports-europeens-les-plus-impactes-dans-le-monde-5225066.htm>, consulter le: 16/01/2021.

في مارس 2020 اقترحت منظمة السياحة العالمية ثلاث سيناريوهات للانخفاضات المحتملة في عدد الوافدين بنسبة 58% إلى 78% لعام 2020 اعتمادًا على الفتح التدريجي للحدود ورفع القيود. الشكل (30): السيناريوهات المحتملة لتأثير الجائحة على عدد السياح سنة 2020



Source: UNWTO, Data of January 2020.

وفقًا للشكل رقم (30) فإن توقعات منظمة السياحة العالمية لشهر مارس وتحديثها في سبتمبر، فإن القيود التي فُرضت في مارس أوقفت السفر الدولي بشكل كامل في أبريل وماي، حيث انخفض السفر المخطط بنسبة 80-90% بسبب غلق العديد من مناطق الجذب السياحي حول العالم مثل الحدائق، المتاحف ومدن الملاهي وإلغاء الأحداث الرياضية مما أدى إلى انخفاض في عدد السياح الدوليين إلى 65% خلال النصف الأول من عام 2020، وحسب الشكل أعلاه فسيناريوهات تأثير الجائحة على السياح الوافدين تستند إلى ثلاثة تواريخ ممكنة للانفتاح التدريجي للحدود الدولية كما يلي:

- السيناريو الأول: إنخفاض بنسبة 58% على أساس الفتح التدريجي للحدود الدولية وتخفيف قيود السفر في أوائل جوان
- السيناريو الثاني: إنخفاض بنسبة 70% على أساس الفتح التدريجي للحدود الدولية وتخفيف قيود السفر في أوائل سبتمبر
- السيناريو الثالث: إنخفاض بنسبة 78% على أساس الفتح التدريجي للحدود الدولية وتخفيف قيود السفر في أوائل.

وتتوافق كثيرا السيناريوهات المحتملة لسنة 2021 مع سيناريوهات 2020 لتوقعات UNWTO، فقط تأخذ بعين الاعتبار ارتفاع معدلات التطعيم التي تكون سببا في ارتفاع عدد السياح الوافدين، وعلى العموم ترى UNWTO أن بوادر التعافي ستكون في الطلب المحلي الذي سوف يتعافى بشكل أسرع من الدولي، هذا ويتوقع غالبية الخبراء في منظمة السياحة العالمية رؤية بوادر انتعاش صناعة السياحة ابتداء من عام 2022.

4- تأثير هائل على سبل العيش¹:

تدعم السياحة واحدة من كل أربعة وظائف، وتوفر سبل العيش لملايين الأفراد في كل من الاقتصادات النامية والمتقدمة، وفي بعض الدول الجزرية الصغيرة النامية Small island developing states (SIDS) تشكل السياحة ما يصل إلى 80% من الصادرات، بينما تمثل أيضا حصصا مهمة من الاقتصادات الوطنية في كل من البلدان المتقدمة والنامية.

وفي عام 2020 فقد قطاع السياحة والسفر 62 مليون وظيفة حيث تأثرت كثيرا الشركات الصغيرة والمتوسطة والتي تشكل 80% من القطاع، علاوة على ذلك تعتبر النساء اللاتي يشكلن 54% من القوى العاملة في قطاع السياحة والشباب والعاملين في الاقتصاد غير الرسمي من بين الفئات الأكثر عرضة للخطر، كما يضع تأثير COVID-19 على السياحة مزيدا من الضغوط للحفاظ على التراث وكذلك على النسيج الثقافي والاجتماعي للمجتمعات، وخاصة بالنسبة للسكان الأصليين والمجموعات العرقية، فعلى سبيل المثال تم إيقاف أو تأجيل العديد من ممارسات التراث الثقافي غير المادي مثل المهرجانات والتجمعات التقليدية، ومع إغلاق أسواق الحرف اليدوية والمنتجات والسلع الأخرى، تأثرت عائدات نساء الشعوب الأصلية بشكل خاص، وهناك 90% من البلدان أغلقت مواقع التراث العالمي، مما كان له عواقب اجتماعية واقتصادية هائلة على المجتمعات التي تعتمد على السياحة، علاوة على ذلك تم إغلاق 90% من المتاحف و13% قد لا يعاد فتحها أبدا.

ثانيا - خطط إعادة الدور التنموي للسياحة في ظل جائحة COVID-19:

لمواجهة تبعات الأزمات العميقة التي سببها فيروس الكوفيد-19 أفدتمت الدول والمصارف المركزية على ضخ أموال بشكل غير مسبوق في الأسواق، فقد باشر المصرف المركزي الأوروبي بضخ 750 مليار أورو في الأسواق، واعتمد على زيادة 120 مليار أورو، وقرر أن يدين المصارف بفائدة سلبية 0.75% شرط أن تمول الشركات المتوسطة والصغيرة، كما أن بريطانيا وفرنسا باشرت بائدفع 80% من الأجور خلال مدة الجائحة شرط أن لا تستغني الشركات عن موظفيها، أما في الولايات المتحدة فانخفضت الفوائد حتى قاربت الصفر وضخ المصرف الفدرالي والدولة معا نحو 4.7 تريليون دولار أي حوالي 20% من الناتج القومي لزيادة السيولة وأدى كل ذلك إلى انخفاض أسعار البورصات العالمية كلها بنسب تتراوح بين 10 و40%.

ولإعادة بناء ما أحدثته جائحة كورونا من خسائر في القطاع السياحي العالمي تحتاج الحكومات إلى تطوير نهج مرحلي لتحقيق التوازن بين الصحة العامة والاحتياجات الاقتصادية، حيث يمكن البدء بتحفيز السفر المحلي من خلال الترويج للسياحة الداخلية وتخفيف قيود السفر داخل البلد مادام حظر السفر الدولي لا زال ساريا، وفي الوقت نفسه يمكن للبلدان التي سدت الحد من معدلات الإصابة بالعدوى أن تفكر في فقاغات سفر أو ممرات خضراء مع دول أخرى نجحت بنفس القدر في احتواء

¹-World Travel & Tourism Concl, "Global Economic Impact & Trends2021", June 2021, p 06 .

جائحة COVID-19 ويمكن بعد ذلك توسيع ترتيبات السفر الثنائية هذه لتشمل مجموعة من البلدان على المستوى دون الإقليمي.

وعلى هذا فاختيارات صانعي السياسات للبلدان التي تخطط لإنعاش السياحة، لإعادة بناء الوجهات، وتشجيع والاستثمار، وإعادة التفكير في قطاع السياحة في ظل الجائحة تعتمد على ثلاث سيناريوهات¹:

1- السيناريو الأول: تشجيع السياحة الداخلية

من خلال الإستراتيجية والحوافز المناسبة يمكن للسياحة المحلية أن تقود الانتعاش في المرحلة الأولى، إذ تتمتع السياحة الداخلية بالقدرة على استبدال الزوار الأجانب بشكل كامل في أكثر من نصف الاقتصادات عبر آسيا والمحيط الهادئ، يعتمد هذا على افتراض أن جميع السياح الذين سافروا دوليًا في 2018 سيختارون السفر داخل وطنهم في عام 2020، على سبيل المثال استقبلت الفلبين في عام 2018 حوالي 7 ملايين سائح دولي، بينما سافر 8 ملايين فلبيني إلى الخارج، إذا بقي جميع السائحين الخارجيين في الفلبين فسيكون لدى الدولة طلب فائض قدره مليون، وهكذا يحل السائحون المحليون محل السياح الأجانب وسيكون لدى 19 اقتصادًا "فائض في السياحة" بينما يعاني 22 اقتصادًا من عجز، وسيكون العجز أكبر بالنسبة للاقتصادات المعتمدة بشكل كبير على السياحة، وفي كثير من الحالات يكون العجز أكبر من الفجوة القائمة على عدد السياح (مقارنة نفقات السياحة للأجانب والمقيمين فجوة الطلب) لأن إنفاق السياح الأجانب أعلى بكثير.

في حين أن الترويج للسياحة الداخلية سهل نسبيًا لكنه يواجه التحديات التالية:

- عمليات محدودة لشركات الطيران والفنادق بسبب إجراءات الاحتواء؛
- انخفاض الطلب بسبب خوف الناس من الإصابة وانخفاض الدخل؛
- قد تكون مناطق الجذب السياحي والمرافق السياحية مصممة للسوق الدولي بدلًا من السياح المحليين (على سبيل المثال خيارات النقل).

2- السيناريو الثاني: إنشاء فقاعات سفر ثنائية

قد تسمح الدول بدخول الزائرين بغرض الأعمال فقط أو تشمل أيضًا السفر الترفيهي من بلد آخر عبر فقاعة سفر أو ممر أخضر، عادة ما تتطلب فقاعات السفر الاختبار قبل المغادرة وبعد الوصول وفترات الحجر الصحي الأقصر، تم إنشاء أول فقاعة سفر في آسيا والمحيط الهادئ بين جمهورية الصين الشعبية وجمهورية كوريا في 1 مايو 2020 اقتصر على المسافرين من رجال الأعمال الذين تلقوا دعوة من شركة في البلد الآخر.

وقد تساعد فقاعات السفر الثنائية للاقتصادات التي تعتمد بشكل كبير على السياحة من بلد مصدر واحد، على سبيل المثال قد تؤدي فقاعة ثنائية بين فيجي وأستراليا إلى تقليل العجز السياحي في فيجي

¹ - ABD BRIES, "reviving-tourism-amid-covid-19-pandemic.pdf", septembre 2020, p 5-10, in the site: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/633726/reviving-tourism-amid-covid-19-pandemic.pdf>, consulter le 19/02/2021.

بمقدار النصف، ومع ذلك يفترض السيناريو الثاني أن عدد المسافرين الثنائيين بين الاقتصادات سيصل إلى مستويات ما قبل الأزمة، الأمر الذي قد يستغرق بعض الوقت لتحقيقه كما هو الحال مع السياحة الداخلية، وتواجه السياحة الثنائية العديد من التحديات مثل تدابير الاحتواء، والاختبار وقيود الحجر الصحي، وخوف السكان المحليين من العدوى من السياح الأجانب.

عادة لا يتم النظر في فقاعات السفر الثنائية إلا إذا كانت البلدان المعنية قد تجاوزت ذروة الإصابات الجديدة، لأن مستوى التأهب للوباء هو أيضًا عامل مهم لنجاحها، ويُظهر التحليل الذي قام به بنك التنمية الآسيوي BDA القائم على هذه العوامل أن أكبر احتمالية لفقاعات السفر الثنائية موجودة في شرق آسيا حيث تتمتع الاقتصادات بمستوى عالٍ من التأهب للوباء أين تتخفف عدد الحالات الجديدة بشكل عام كما أن الاحتمال مرتفع أيضًا لجزر المحيط الهادئ التي لا تزال خالية من COVID-19، لكن استعدادها للتعامل مع تفشي المرض محدود.

3- السيناريو الثالث: إنشاء فقاعات السفر دون الإقليمية

يفترض السيناريو الثالث أن السفر داخل الفقاعة دون الإقليمية سيصل إلى مستوى ما قبل الجائحة، الفرضية هي أن فقاعات السفر قد تظهر حول المؤسسات دون الإقليمية القائمة أو التجمعات الاقتصادية (على سبيل المثال منطقة ميكونغ الكبرى دون الإقليمية) مع مستويات عالية سابقا من الحركة الداخلية للأشخاص يمكن لهذه المؤسسات تسهيل المفاوضات وتنفيذ ترتيبات السفر¹. ويظهر تحليل خمس فقاعات سفر دون إقليمية (دول آسيا والباسفيك) التوقعات التالية:

- يمكن أن تساعد فقاعة السفر لبرنامج التعاون الاقتصادي الإقليمي لآسيا الوسطى (CAREC) في تضييق فجوات السياحة في جورجيا وجمهورية قيرغيزستان؛
- سوف تساعد فقاعة سفر شرق آسيا مع بالاو الدولة الواقعة على جزيرة في المحيط الهادئ على القضاء على عجزها تقريبًا لأن الغالبية العظمى من السياح يأتون من شرق آسيا؛
- قد تكون فقاعة السفر بين بلدان جزر المحيط الهادئ والأسواق الرئيسية، أستراليا ونيوزيلندا مفيدة؛
- إن احتمالية ظهور فقاعات السفر في منطقة ميكونغ الكبرى دون الإقليمية وفي جنوب آسيا (سارك) أقل إيجابية لأن أكبر أسواق السياحة في العديد من البلدان تقع خارج المنطقة؛
- نظرًا لأن فقاعات السفر دون الإقليمية قد لا تكون الحل الأفضل لجميع البلدان في مجموعة إقليمية يميل بعض صانعي السياسات إلى تفضيل الفقاعات الثنائية في الوقت الحالي.

ثالثًا- إستراتيجية احتواء الجائحة لتعافي القطاع السياحي في العالم:

على العموم قطاع السياحة لن يتمكن من بدء التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ الطبية ورفع قرارات حظر السفر بصورة آمنة، وكلما طال أمد هذه الأزمة الصحية، تزايدت صعوبة استمرار الشركات وقدرتها على البقاء، لاسيما الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم التي تشكل نسبة كبيرة من قطاع

¹- M. Helble.. Two Ways to Revive Tourism in Asia and the Pacific, Asian Development Blog. 5 August2020

السياحة، وتحتاج خارطة الطريق لدفع انتعاش صناعة السياحة في ظل جائحة كورونا إلى معالجة مجالات ذات أولوية نذكر منها¹:

- (1) التخفيف من الآثار الاجتماعية والاقتصادية على سبل العيش لا سيما عمل المرأة والأمن الاقتصادي؛
- (2) تعزيز القدرة التنافسية وبناء القدرة على الصمود من خلال تشجيع السياحة المحلية التي تمثل 75% من اقتصاد السياحة للدول، وتيسير بيئة الأعمال المواتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- (3) النهوض بالابتكار والتحول الرقمي للسياحة: انتعاش السياحة يتطلب تشجيع الاستثمار في المهارات الرقمية، حيث تعمل الجهات السياحية وقطاع السياحة على ابتكار سبل جديدة لتحقيق بعض الإيرادات في ظل الإحجام عن السفر، فعلى سبيل المثال، طرح بعضها برامج لقوائم السداد لاحقاً - مثل "برنامج أنا أحب مانشستر" و"استمتع في منزلك" لتقديم محتوى من الجولات الافتراضية والأدلة الصوتية للجهات السياحية، أو تقديم محاضرات عبر الإنترنت لتعليم الطهي على طريقة المطاعم أو الفنادق الشهيرة، ولممارسة اليوجا والاستفادة من خدمات المنتجات الصحية، وخدمات توصيل الطعام من المطاعم. لا سيما للعاملين الذين ليس لديهم وظائف والباحثين عن عمل²؛
- (4) مع قيام البلدان برفع قيود السفر تدريجياً واستئناف السياحة ببطء في أجزاء كثيرة من العالم، يجب أن تظل الصحة أولوية، ويجب أن تكون بروتوكولات الصحة التي تحمي الأفراد والمجتمعات والسياح والمسافرين أكثر تنسيقاً من خلال العمل الجماعي والتعاون الدولي لتعزيز مساهمة السياحة في خطة عام 2030 للتنمية المستدامة، فضمن إعادة تنشيط السياحة وتعافيتها يضع صحة الناس في المقام الأول للعمل على تخفيف قيود السفر ورفعها بطريقة مسؤولة ومنسقة؛
- (5) ستكون الصحة والنظافة في مقدمة اهتمامات المسافرين، لذا فإن الاستمرار في تنفيذ أحدث الاقتراحات المقدمة من قادة الرعاية الصحية مثل مراكز السيطرة على الأمراض والوقاية منها (CDC) ومنظمة الصحة العالمية (WHO) أمر بالغ الأهمية في كسب ثقة الزوار مرة أخرى؛
- (6) دعم مكافحة التلوث: توفر الحكومة الدعم المالي أو الإمدادات إلى الشركات لمساعدتها في تغطية تكاليف السيطرة الفعلية على تأثيرات الفيروس، مثل خدمات التنظيف الشامل، كما فعل صندوق دعم التنظيف في سنغافورة مع الفنادق.

¹- WORLD ECONOMIC FORUM, these-6-strategies-can-help-tourism-recover-in-latin-america,15/10/2020 in the site <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/15these-6-strategies-can-help-tourism-recover-in-latin-america-df689974cd/> consult the 13/01/2021

²- WORLD BANK BLOGS, **We can't travel, but we can take measures to preserve jobs in the tourism industry**, march 20,2020 , in the site: <https://blogs.worldbank.org/voices/we-cant-travel-we-can-take-measures-preserve-jobs-tourism-industr>, consulter le 16/02/2021.

خلاصة الفصل:

كل الإحصائيات الواردة في تقارير الاستثمار العالمي تؤكد ارتفاع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، وقد شهدت المنطقة العربية ارتفاعاً في عدد المشاريع الاستثمارية الواردة إليها في السنوات الأخيرة والتي احتلت فيها مراكز لا بأس بها في مؤشرات جاذبية الاستثمار، هذا وإن نصيب الاستثمار السياحي من مجموع الاستثمارات هو الآخر شهد تزايداً مستمراً حيث فاق نسبة 40% مما أدى إلى زيادة الأماكن السياحية وإنشاء أماكن جذب سياحي مخصصة لتكون مقاصد سياحية متكاملة، وقد تطورت الاستثمارات السياحية في الدول المتقدمة حيث أصبحت تعتمد على أحدث التطبيقات التكنولوجية المتطورة كالمزارات الصناعية «السياحة الصناعية».

وقد أثبت الاستثمار السياحي دوره الكبير في صناعة السياحة باعتبارها من أكبر القطاعات الاقتصادية المنتجة في العالم حيث تحتل المرتبة الثالثة من الصادرات العالمية وبلغت إيراداتها نحو 1.7 تريليون دولار إذ تقاس أهميتها الاقتصادية بمدى مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي الذي يبلغ حوالي 11% ومساهمتها في خلق مناصب شغل حيث تستوعب السياحة 12% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، وهذا نتيجة تشعب هذه الصناعة وتشعب استثماراتها وتداخلها مع استثمارات العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، والنمو السريع في صناعة السياحة هو نتيجة منطقية لزيادة الإنفاق السياحي الذي يفسره الزيادة الكبيرة في عدد السياح الدوليين الذي تجاوز عددهم لأول مرة 1.5 مليار سائح عالمي سنة 2019 إذ تعتبر أوروبا أهم المحطات السياحية حول العالم وفرنسا من أفضل الوجهات السياحية في العالم أما في المنطقة العربية فتمثل دبي أشهر أماكن الجذب السياحي وأكثرها زيارة.

وإذا كانت صناعة السياحة تشهد تطوراً ونموً كبيراً إلا أنها من أشد القطاعات حساسية للأزمات حيث عرفت عدة أزمات منذ حلول الألفية الثالثة لكنها سرعان ما تعافت وعادت للانتعاش القوي، وتبقى أزمة تفشي فيروس كورونا المستجد (COVID-19) في ديسمبر 2019 الأشد صدمة وقسوة على صناعة السياحة في العالم حيث شهدت ركوداً سنة 2020 لم يسبق له مثيل وظهرت آثاره السلبية على السفر وحجم الإنفاق السياحي والإيرادات وسوق العمل في العالم من إغلاق المطارات، تعليق الرحلات، إغلاق الفنادق، إغلاق الحدود وتنفيذ قيود السفر، وهذا ما أدى إلى تراجع الطلب السياحي في العالم بنسبة 70% طيلة سنة 2020 مما أعاد صناعة السياحة العالمية إلى الوراء بمقدار 20 عاماً، ومع قيام البلدان برفع قيود السفر تدريجياً واستئناف السياحة ببطء في أجزاء كثيرة من العالم تظل الصحة أولوية، ويبقى العمل الجماعي والتعاون الدولي ضرورة لتحويل السياحة وتعزيز مساهمتها في خطة عام 2030 وتحولها نحو قطاع شامل ومحاييد للكربون يسخر الابتكار والرقمنة ويحتضن القيم للمجتمعات المحلية ويخلق فرصاً للعيش والعمل والاستثمار، دون ترك أحد خلف الركب.

الفصل الرابع:

واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

وفق متطلبات التنمية المستدامة

تمهيد:

تسعى الجزائر اليوم إلى إيجاد مكانة لها في خريطة السياحة العربية والعالمية لما تزخر به من مقومات طبيعية وتاريخية ودينية، حيث تبنت الجزائر سياسات تنموية سياحية منذ الاستقلال (أين ظهرت أول وزارة للسياحة والشبيبة والرياضة)، وباعتبار الاقتصاد الوطني يعتمد بشكل شبه كلي على عائدات النفط حيث تمثل 97% من الصادرات الوطنية و65% من إيرادات الموازنة العمومية فهذا ما يجعل الاستقرار الاقتصادي والمالي في الجزائر مرتبط بتقلبات السوق النفطية العالمية.

ومع بداية الألفية الجديدة وفي ظل الوفرة المالية للمداخل النفطية شرعت الحكومة الجزائرية في تطبيق حزمة من البرامج التنموية الضخمة الهادفة إلى إنعاش النمو الاقتصادي والتغلب على العوائق والنقص المسجل في الهياكل القاعدية وبيئة الاستثمار داعمة بذلك لمبادئ التنمية المستدامة، متمثلة في برنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2014 الذي يندرج ضمن إصلاحات الجيل الثاني بمنظومة إدارة الحكم ومحاربة الفساد، وممارسة المسائلة والإصلاح والتحول المؤسسي وتنويع الصادرات خارج المحروقات، حيث ضخّت الدولة في هذا البرنامج مبلغ استثمارات قدر بحوالي 400 مليار دولار وساعدت على تحفيز الاستثمار وخلق فرص أكثر للنشاط الاقتصادي في عدة مجالات أهمها السياحة التي تعد قطاعا هاما يعكس الاقتصاد الحقيقي لأي دولة وبالتالي قدرته على تلبية جزء هام من الطلب السياحي الداخلي والخارجي، وللعمل على تفعيل الدور التنموي للسياحة في الجزائر اعتمدت الحكومة مخططا تنمويا يدعى بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق SDAT 2030 كإستراتيجية تعمل من خلالها الدولة على تشجيع الاستثمار السياحي، وترقية الأقطاب السياحية، والرفع من جودة الخدمات السياحية والترويج لها مما سيعمل على تحويل السياحة إلى صناعة منافسة، وهذا بالطبع في ظل شراكة مع القطاع الخاص كضرورة حتمية للانفتاح على السوق السياحي العالمي.

وستنطلق في هذا الفصل إلى المباحث الأربعة التالية:

- مكانة القطاع السياحي ضمن القطاعات الاقتصادية في الجزائر 1967-2020؛
- إستراتيجية التنمية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛
- تقييم مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في إطار التنمية المستدامة؛
- الدور التنموي للإستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الأول: مكانة القطاع السياحي ضمن القطاعات الاقتصادية في الجزائر (1967-2020)

يعتبر قطاع السياحة في الجزائر المورد الثاني خارج قطاع المحروقات بعد الفلاحة الذي يجب أن تعول عليه الدولة في الحصول على إيرادات هامة تخدم الأهداف التنموية المستدامة، فصناعة السياحة في الجزائر لازالت في مرحلة النمو وهذا نظرا لخصوصية الاقتصاد الوطني الذي يعيش تبعية قسوى لعائدات المحروقات، فالجزائر من بين الدول التي تتمتع بكل المواصفات التي تجعل منها بلدا سياحيا بامتياز، بالنظر إلى موقعها الجغرافي وتنوعها البيئي والثقافي إلى جانب تاريخها العريق الذي تجسده المناطق الأثرية، ولمعرفة مكانة القطاع السياحي في الجزائر لا بد من التطرق إلى المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر ثم الوقوف على سمات الاستثمار السياحي التي تعكس بدقة وضعية الحظيرة الفندقية وطاقت الإيواء وحجم المشاريع السياحية المنجزة.

المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الجزائر

تمثل المادة الخام التي تعتمد عليها نوعية الاستثمار السياحي في المقاصد السياحية بشكل يسمح بالوفاء بمتطلبات الزوار وفي الوقت نفسه يحافظ على هذا المورد، وكما أشرنا أيضا إلى أن العناصر المكونة لجاذبية الأماكن السياحية متنوعة ومتداخلة فيما بينها، منها الطبيعية والتاريخية والأثرية والأخرى المصممة خصيصا لجذب السياح، والجزائر بحكم موقعها الاستراتيجي تتوفر على مقومات جذب سياحية تجعل منها بلد سياحي بامتياز لا سيما السياحة البيئية، كما أن العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها، أمثال: Simon Hilton في كتابه رحلة في ربوع الأوراس (1912-1920)، وكذلك Belley.U.C.R في كتابه ربح الصحراء (1944)، وM.D. Stot في كتابه الجزائر على حقيقتها¹، تؤكد اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب بهذا البلد نظرا لتمتعه بمؤشرات الجذب السياحي سواء كانت طبيعية أو تاريخية أو دينية أو حتى المقومات اللامادية التي تتمثل في العادات والتقاليد والصناعات والحرف التقليدية، ويمكن توضيح كل هذه المقومات:

أولا- مقومات الجذب السياحي الطبيعية في الجزائر:

تعد الجزائر من الدول الأفريقية القريبة جغرافياً من القارة الأوروبية بمساحة تعادل مساحة أوربا الغربية بأكملها²، كما تتمتع مختلف مناطق التراب الوطني بإمكانيات طبيعية سياحية جذابة هذا بالإضافة إلى تنوع المناخ الذي يضيف تنوعا سياحيا طيلة فصول السنة.

1- الموقع والمناخ: تعد الجزائر الأولى إفريقيا من حيث المساحة التي تبلغ 2.381.741 كلم²، بحدود طويلة تقدر بـ6000 كلم²، تتميز الجزائر بثلاثة أنواع مختلفة من المناخ:

¹ عبد الله الركبي، "الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز"، الجزء الأول، دار الكتاب العربي، الجزائر، 1999، ص 113.

² قرارية فتحة، "الصناعة السياحية في الدول المغاربية"، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان (الجزائر)، 2018-2019، ص 173.

- **مناخ البحر الأبيض المتوسط:** يغطي مناخ البحر الأبيض المتوسط المناطق المحاذية لساحل البحر شمال الأطلس التلي ومن تنس إلى القالة طقسه معتدل ويتميز بفصلين متباينين الأول ممطر ودافئ وطويل وهو الشتاء والثاني جاف وحار وقصير وهو الصيف والمدى الحراري ضئيل عموماً، ويمكن التمييز ضمن هذا النطاق بين مناخ المتوسط الرطب الذي يغطي منطقة القبائل الصغرى من الجرجرة إلى القل وهو أكثر رطوبة والنوع الثاني هو مناخ المتوسط شبه الرطب الذي يغطي باقي مناطق التل بمعدل مطري يبلغ 700 ملم/سنة.

- **مناخ الاستبس:** يغطي مناخ الاستبس الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسط والصحراوي والهضاب العليا الشرقية شبه جافة مناخها قاري (50 يوم جليد في السنة و 30 يوم سيروكو) والهضاب العليا الوسطى والغربية تحت الجافة فالأمطار فيها أقل كمية وانتظاماً فلا تزيد عن 400 ملم /سنة.

- **مناخ الصحراء:** تغطي الصحراء 2 مليون كلم مربع أي حوالي 84% من مساحة الجزائر. ويشكل الأطلس الصحراوي الحد المناخي الفاصل بين شمال وجنوب البلاد الأمطار قليلة وغير منتظمة تقل عن 200ملم/سنة والجو جاف والحرارة عالية والفوارق الحرارية اليومية والفصلية مرتفعة باستثناء منطقة الهقار المتأثرة بالمناخ المداري حيث الأمطار تسقط صيفا والحرارة أكثر اعتدالاً يتدرج هذا المناخ تدريجياً ابتداء من السفوح الجنوبية للأطلس الصحراوي الذي يقدم صورة مناخية فريدة حيث السفوح الشمالية تكسوها الغابات وقممها تغطيها الثلوج بسبب وصول التأثيرات البحرية الرطبة الباردة وبمعدل مطري يتراوح ما بين 800-900ملم/سنة والسفوح الجنوبية المواجهة للصحراء تتأثر بالمناخ الصحراوي القاحل وهكذا تتعايش غابات الصنوبر والسدرى مع واحات النخيل على بعد 30كلم.

2- **التضاريس:** أهم ما يميز تضاريس الجزائر هو التنوع والجمال من سهول وجبال وهضاب وصحراء:

- **السهول:** تقسم سلسلة جبال الأطلس التلي سهول الجزائر إلى سهول ساحلية وأخرى داخلية، تتميز بخصوبتها وتعدد المجاري المائية بها، أشهرها سهول متيجة وعنابة ووهران، أما السهول الداخلية ترتفع عن سطح البحر ما بين 500م و800م أشهرها سهول تلمسان وسيدي بلعباس ومعسكر وسطيف.

- **الجبال:** جبال الجزائر تشكل سلسلتين تكاد تكونان متوازيتين ممتدتان من الشرق إلى الغرب:

- سلسلة الأطلس التلي: بقمم تتميز بالحدة تتراوح بين 1000م و2000م أعلاها قمة لالا خديجة بجبال جرجرة.

- سلسلة الأطلس الصحراوي: تمتد من جبال النمامشة وتبسة شرقاً إلى جبال القصور في الجنوب الغربي للبلاد، يتراوح ارتفاع قممها ما بين 1200م و2000م وتعتبر قمة شيليا بجبال الأوراس أعلاها بارتفاع 2328م.

وتتمتاز المناطق الجبلية بمناظر خلابة بها الكثير من الكهوف والمغارات أهمها مغارة أوقاس والمغارات العجيبة بجبل.

- الهضاب: الهضاب محصورة بين سلسلتي الأطلس التلي والصحراوي، تضيق كلما اتجهنا شرقا وتوسع كلما اتجهنا غربا، ارتفاعها ما بين 700 و800م كما تزداد ارتفاعا كلما اتجهنا غربا.
- الصحراء: تمثل 84% من مساحة الجزائر أي حوالي 2 مليون كلم² ويمكن تقسيمها إلى:
 - المنخفض الشمالي الشرقي: معظمه مغطى بالعرق الشرقي الكبير.
 - الصحراء الشمالية الغربية: معظمه هضبة صخرية.
 - الصحراء الجنوبية: يوجد بها مرتفعات الطاسيلي والهقار وهي قديمة التكوين.

3- المنابع المعدنية: يوجد في الجزائر حوالي 282 منبعا للمياه المعدنية يتركز أغلبها في الشمال وتتميز بخاصية علاجية¹، تنقسم هذه المنابع إلى²: 7 محطات للمياه المعدنية المهيأة، 136 منبع ذو أهمية محلية، 5 منابع ذات أهمية وطنية، أما الحمامات فهي تتوزع في المناطق التالية: حمام دباغ والشلالة بولاية قالمة، حمام الصالحين بولاية بسكرة، حمام بوحنيقية بولاية بسكرة، حمام السخنة وحمام قرقور بولاية سطيف، حمام كسانة بولاية البويرة، حمام بوحجر بولاية عين تيموسنت.

كما تحض اليوم السياحة الحموية بعناية خاصة من خلال الإستراتيجية السياحية التي تبنتها الجزائر كمناطق توسع ومقاصد سياحية بامتياز محاولة بذلك جذب السياح الأجانب.

ثانيا- مقومات الجذب السياحي التاريخية والحضارية:


تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا وحضاريا تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ ومن أهمها نجد المعالم السبعة المصنفة عالميا من طرف منظمة اليونسكو والمتمثلة في المتمثلة في قلعة بني حماد بالمسيلة، تيمقاد بباتنة، تيبازة وهي كلها مدينة رومانية، جميلة بسطيف، قصور وادي ميزاب بغرداية بها خمس قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، والقصبة بأعالي العاصمة وهي مدينة إسلامية تعود للعهد التركي، نوضحها في الجدول رقم (35) كما يلي:

¹- قرارية فتيحة، مرجع سابق، ص 176.

²- ريان زير، "مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2018. ص 336.

الجدول رقم (35): قائمة لمواقع التراث العالمي في الجزائر مصنفة من طرف اليونسكو

الإسم	الوصف	سنة التسجيل	معايير الإختيار	الصورة
قلعة بني حماد بالمسيلة	يعود تاريخ إنجاز وبناء قلعة بني حماد إلى سنة 1007 إلى 1008 م على يد حماد بن بلكين، وتعد أحد معالم الحضارة الإسلامية بالجزائر وامتدادا لدولة حماد بن بلكين.	1980	ثقافي	
طاسيلي ناجر بتمنغراست وإليري	تتكون كهوف طاسيلي من صخور بركانية ورملية تعرف بـ "الغابات الحجرية". وتوجد الكهوف فوق هضبة مرتفعة يجاورها جرف عميق، وتحتوي جدران الكهوف على مجموعة من النقوش التي تعود لحضارة قديمة	1982	مختلط ثقافي+طبيعي	
وادي ميزاب بغرداية	تأسس في القرن العاشر الميلادي على يد الأباطيين حول مبانيهم التي تم تصميمها بشكل هندسي معماري بسيط وعملي لتكون متكيفة مع البيئة من حولها.	1982	ثقافي	
آثار جميلة بسطيف	جميلة أو سويكول تقع على ارتفاع 900 م فوق سطح البحر، وتحتوي على ساحات وهياكل وكنائس وأقواس ومنازل على الطراز الروماني	1982	ثقافي	
تيبازة	مركز تجاري قديم، احتلها الرومان ليجعلوها قاعدة إستراتيجية بغرض فتح الممالك الموريتانية. كما أنها تشمل عدداً من الآثار الفينيقية والرومانية والبيزنطية والمسيحية القديمة.	1982	ثقافي	

	<p>ثقافي</p>	<p>1982</p>	<p>نشأت عام 100 م على يد الأمبراطور تراجان كمستوطنة عسكرية. لها فناء مربع وتصميمها قائم على الأعمدة التي يشرف عليها الكاردو والديكومانوس وهما الطريقان اللذان يعبران المدينة.</p>	<p>تيمقاد بباتنة</p>
	<p>ثقافي</p>	<p>1982</p>	<p>تشرف القسبة على الجزر الصغيرة حيث تم إنشاء مركز تجاري منذ القرن الرابع ق. م. وهي تضم بقايا قلعة ومساجد قديمة وقصور عثمانية، بالإضافة إلى بنية حضرية تقليدية.</p>	<p>القسبة بالعاصمة</p>

المصدر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، قائمة مواقع التراث العالمي في الجزائر:

[https://ar.wikipedia.org/wiki/consulter le: 12/04/2021.](https://ar.wikipedia.org/wiki/consulter%20le%3A12%2F04%2F2021)

بالإضافة إلى وجود قائمة من المواقع التراثية والثقافية مدرجة في موقع التراث العالمي والمسجلة

سنة 2002 تنتظر المصادقة عليها من طرف لجنة اليونسكو وهي:

- الواحات التي تعتمد على الفقرات الموجودة في القصور والعرق الغربي الكبير؛
- المواقع والطرق التي سلكها أوغسطينوس في المغرب الأوسط الموجودة في ولاية تبسة وعنابة؛
- المدافن الملكية لنوميديا وموريطانية والآثار الجنائزية لما قبل الفتح الإسلامي الموجودة في ولاية تيبازة؛
- مراكز الواحات في تضاريس غوفي والقفطرة الموجودة في ولاية بسكرة.

ثالثا - مقومات الجذب السياحي اللامادية في الجزائر:

تمثل الأحداث والمناسبات الخاصة أماكن الجذب السياحي اللامادية، حيث أصبحت هذه الأماكن تثبت وجودها وتجذب الزوار من أهالي البلد والأجانب وتتيح لهم فرصة المشاركة والاستمتاع، والجزائر تتمتع بموروث ثقافي ثري كالتبوع والفنون الشعبية التي تتنوع بين الشعبي العاصمي والمالوف القسنطيني والاندلسي والقبائلي وحتى الراي الذي وصل للعالمية، بالإضافة إلى المهرجانات والطبخ التقليدي (الكسكس، الشخشوخة، الرشته)، كما يرى المهتمون بالتراث العالمي اللباس التقليدي أنه لباس تراثي جميل يجمع بين عدة حضارات، فالبلوزة أصلها من الحضارة العربية، والفوطة من الحضارة الأمازيغية، والقفطان والكرافو من الحضارة العثمانية بينما الشاشية مستمدة من الحضارة الأندلسية.

- 1- العادات والتقاليد:** لقد سجّلت الجزائر في منظمة اليونسكو¹ خمسة نقاط ثقافية لامادية ضمن لائحة اليونسكو للتراث العالمي الثقافي غير المادي، تتمثل فيما يلي:
- أهليل قورارة التقليدي والعادات المرتبطة به: هو تراث غنائي من منطقة قورارة الواحية الجزائرية منتشرا في منطقة تميمون وما جاورها سجل سنة 2008 في اليونسكو؛
 - الزاوية الشيخية والمراسيم لمتعلقة بها: تم تصنيف العادات الصوفية المتعلقة بالزاوية الشيخية ضمن قائمة" روائع التراث الشفهي اللامادي للإنسانية سنة 2008؛
 - الممارسات والمهارات والمعرفة المرتبطة بمجموعات إمزاد عند الطوارق: ارتبطت موسيقى إمزاد بآلة إمزاد ارتباطا جوهريا وثيقا، وقد اعتمدها اليونسكو إرثا ثقافيا إنسانيا عالميا سنة 2008؛
 - عادات وطقوس ومراسيم السببية في واحة جانت: هو احتفال تقليدي سنوي يقام مدينة جانت الجزائرية، وتعتبر تقليدا تراثيا، يصادف كل سنة اليوم العاشر من محرم في التقويم الهجري، حيث ترمز هذه المناسبة إلى السلم المدني والسلام والالتحام الاجتماعي، تم تصنيفه من طرف اليونسكو سنة 2008؛
 - العادات والتقاليد والمهارات الحرفية المرتبطة بزي الزفاف التقليدي التلمساني: وقد اعتمدها اليونسكو إرثا ثقافيا إنسانيا عالميا سنة 2012.

2- الصناعات والحرف التقليدية كموروث لامادي:

تتميز الصناعات والحرف اليدوية في الجزائر بالتنوع من منطقة لأخرى، كما تؤكد على الهوية الوطنية وإثراء الذاكرة الثقافية من خلال التعريف العلمي بهذا المأثور الشعبي، فهي إرثا حقيقيا يمكن استغلاله للترويج وال جذب السياحي وذلك من خلال الصالونات والمعارض الوطنية والدولية.

فالصناعة التقليدية هي كل صنع يغلب عليها العمل اليدوي، ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات وصنع أشياء نفعية ذات طابع تقليدي، تكتسي لمسة فنية تسمح لها بنقل مهارة عريقة²، وقد تم تعريف الصناعات التقليدية والحرف اليدوية في نص المادة 5 من الأمر 96-01 كما يلي «هي كل نشاط إبداع أو إنتاج أو تحويل أو ترميم فني أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي وتمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي، وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية أو مقاولة

¹ - اليونسكو: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة بالإنجليزية (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)، أو ما يعرف اختصاراً بـ"اليونسكو"، هي وكالة متخصصة تتبع منظمة الأمم المتحدة المتحدة تأسست عام 1945، مقرها فرنسا، تترأسها حالياً الفرنسية أودري أزولاي بعد فوزها في الانتخابات التي أجريت عام 2017، حيث حصلت على 30 صوتاً متقدمة بذلك على المرشح القطري حمد بن عبد العزيز الكواري بفارق صوتين، هدف المنظمة الرئيسي هو المساهمة بإحلال السلام والأمن عن طريق رفع مستوى التعاون بين دول العالم في مجالات التربية والتعليم والثقافة لإحلال الاحترام العالمي للعدالة ولسيادة القانون ولحقوق الإنسان ومبادئ الحرية الأساسية.

² - فاطمة سويتم، "الصناعة التقليدية كمصدر لترقية السياحة والاستثمار السياحي"، منطقة أهقار نموذجاً، مجلة المجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تمنغراست، المجلد 07، العدد 05، 2018، ص 268.

للصناعة التقليدية والحرف¹، وقد بلغ عدد المؤسسات المصغرة، الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال الصناعات التقليدية والحرف سنة 2018 حوالي 241 ألف مؤسسة بنسبة 20% من مجموع المؤسسات في مختلف القطاعات الاقتصادية²، وتضم قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر 24 نشاطا³، من أهمها:

- **الحلي والمجوهرات:** تمتعت صناعة الحلي والمجوهرات في الجزائر بشهرة واسعة نتيجة إتقان صنعها، وجمال تصميمها الذي يمزج روح الحداثة وعبق الماضي الأمازيغي العريق.
- **صناعة الفخار:** تشتهر في الجزائر الصناعات الفخارية بشكل كبير، وهي تنقسم إلى قسمين تقليدية وعصرية، فأدوات المطبخ الفخارية لا زالت تطلب بشدة إلى الآن لارتباطها في تحضير وجبات شعبية جزائرية ومن أهمها: الطاجين، وجرار الزيت، وأوعية لحفظ الحليب، والزبدة، ومشتقات الألبان، أما الشيء الذي يميز الفن الفخاري الحديث هو تأثيره الكبير بروح الزخارف الإسلامية وجمالية الخط العربي
- **النحاسيات:** تأثرت صناعة النحاس بالجزائر بعدة ثقافات مرّت عليها، فحفرت فيها بصمة لا زالت إلى الآن تظهر في ملامحها، فالنحاسيات الجزائرية وبغض النظر عن لونها، تأخذ الطابع الأندلسي تارة، والتركي تارة أخرى، فلا يمكن أن تجد بيتاً جزائرياً يخلو من النحاسيات المشهورة بدقة صنعها، وجودتها، والتي تأثرت أيضاً بالحضارات المتعاقبة عليها، كالحضارة الأمازيغية.
- **الصناعات الجلدية والخشبية:** هي في معظمها منتجات تقليدية تعكس أصالة وهوية المناطق التي تصنع فيها حيث تتميز المناطق الصحراوية بصناعتها خاصة منطقة الأهقار، وأصبحت هذه المنتجات التقليدية منتجات سياحية تستهوي سياح المنطقة وتعرف رواجاً في فترة التواجد السياحي.

رابعا- مقومات الجذب السياحي المادية في الجزائر (خدمات الدعم):

تزيد خدمات الدعم والمنشآت السياحية من جاذبية المقصد السياحي بل أصبحت هي في حد ذاتها تشكل مكانا للجذب السياحي مثل الفنادق ووسائل النقل والمواصلات كالطائرات والقطارات السريعة، ومراكز الترفيه ومنافذ البيع وأماكن الإقامة والمبيت، فنجاح المقصد السياحي وقدرته على جذب أكبر عدد ممكن من السياح تتوقف على حجم الإمكانيات والخدمات المتوفرة فيه

1- الهياكل الفندقية:

استجابة للطلب السياحي تعمل الجزائر على تطوير مقوماتها السياحية المادية من خلال الهياكل الفندقية فبعد الاستقلال ورثت الجزائر قدرات فندقية تقدر بـ 5922 سريراً، وفي عام 1985 بلغ إجمالي

¹ - الأمر رقم 01-96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 3، الصادرة بتاريخ 14 جانفي 1996، ص 4.

² - Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information n°33, Nov 2018, P11

³ - المرسوم التنفيذي رقم 07-339 المؤرخ في 31 أكتوبر 2007، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 70، الصادرة بتاريخ 5 نوفمبر 2007، ص 18.

سعة الفندقية بـ39 213 سريراً، أما عام 1999 سجلت الحظيرة الفندقية 67087 سريراً ليصل إلى 127614 سريراً في نهاية عام 2020 بعدد فنادق وصل إلى 1327 فندقاً¹. والجدول رقم (36) يوضح التطور في عدد الفنادق وطاقت الإيواء في الجزائر:

الجدول رقم (36): تطور عدد الفنادق وطاقات الإيواء في الجزائر للفترة 1995-2020

السنوات	1995	2000	2005	2010	2015	2018	2020
عدد الفنادق	653	827	1132	1152	1195	1293	1327
عدد الفنادق العامة	-	98	81	65	105	-	-
عدد الفنادق الخاصة	515	679	965	1045	1054	1061	-
عدد فنادق المختلطة	-	50	59	36	54	-	-
عدد الأسرة	30866	76734	85645	88899	102244	113956	127 614
عدد الأسرة العامة	3779	21028	22000	15597	18631	18657	19215
عدد الأسرة الخاصة	26140	51193	60571	71184	77383	99239	100610
عدد أسرة المختلطة	947	4513	3074	2118	3134	6506	7789
عدد ليالي المبيت	2746163	3801346	4900216	5739334	7146572	7536 034	-

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على بيانات:

-Ministry of Land-use Planning, Tourism and Handicrafts, Global Database's Algeria, Table DZ.Q007: Hotel Statistics.

-Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat.

"Quelques indicateurs du tourisme algérien", période 1999-2015.

الجدول رقم (36) يوضح تطور ملحوظ للطاقة الفندقية حيث تضاعفت بمرتين خلال الفترة 1995-2020، كما نلاحظ نمو ايجابي لعدد الفنادق الخاصة للفترة 2000-2010 وهذا نتيجة التوجه نحو الخصوصية وإشراك القطاع الخاص في عملية التنمية من خلال تشجيع الاستثمارات الخاصة التي تهدف إلى تحسين نوعية العرض السياحي الفندقي التي تتبعها عمليات التوسع والعصرنة، حيث يحتل القطاع الخاص 81% من إجمالي طاقة الإيواء في حين يمثل القطاع العام نسبة 16% أما الفنادق التابعة للمجتمعات المحلية (من ولايات، دوائر، بلديات، وهي بالأساس فنادق ذات تصنيف ضعيف مقارنة بفنادق القطاع العام) تمثل طاقة الإيواء فيها نسبة 0.03% من الطاقة الإجمالية، والجدول يوضح أيضاً أنه بالرغم من تزايد الطاقة الفندقية إلى أن عدد الأسرة لا يغطي عدد ليالي المبيت.

2- خصائص البنية التحتية:

تنمية وإنعاش شبكة المنشآت القاعدية تعتبر من أهم الدعائم التي تقوم عليها صناعة السياحة، وكما أشرنا سابقاً فالنقل يشكل أحد أهم مقومات التكامل مع القطاع السياحي وعلى هذا عملت الجزائر جاهدة

¹- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Directions du tourisme, Période 2015-2020.

منذ الاستقلال إلى يومنا هذا على تطوير شبكة البنى التحتية حيث رصدت لها مبالغ ضخمة في برامجها التنموية، ويمكن أن نعرضها في مايلي:

النقل: أصبحت وسائل النقل اليوم تمثل مكانا للجذب السياحي، فالسائح قبل التخطيط للسفر يختار وسيلة النقل التي تقدم له أجود الخدمات وبأسعار مغرية، وتتوفر الجزائر على:

• **شبكة الطرقات:**¹ تحوز الجزائر على شبكة طرقات بطول 128.000 كلم وهي الأكبر إفريقيا بعد جنوب إفريقيا منها:

- 29280 كلم الطرق الوطنية؛

- 7000 كلم طرق ولأئية مزدوجة؛

- 2317.5 كلم طرق سريعة.

ويعتبر طريق سيار شرق- غرب بطول 1216 كلم هو الأطول من بين الطرق السيارة الأخرى، هذا وتعتبر شبكة الطرق السيارة الجزائرية هي الثانية الأكثر امتدادا على الصعيد الإفريقي بعد جمهورية جنوب أفريقيا وقبل المملكة المغربية.

• **النقل الجوي:** هو أحد أساليب النقل الحديثة، ولكن مصطلح الطيران لا يدل فقط على السفر بل

يشمل بذلك الصناعات الجوية، الطائرات وأنواعها العسكرية منها والمدنية، وتتوفر الجزائر على 15 مطارا دوليا و 29 مطارا داخليا، ويتكون أسطول الجوي الجزائري من 56 طائرة حديثة يبلغ عمرها 11 عامًا وتفي بمعايير السلامة الدولية وتعمل على نقل الركاب والبضائع على حد سواء².

وتدير الخطوط الجوية الجزائرية خدمات دولية مجدولة إلى 39 وجهة في 28 دولة في أوروبا وأمريكا الشمالية وإفريقيا وآسيا والشرق الأوسط، بالإضافة إلى خدمات داخلية إلى 32 مطارا، وحتى ديسمبر 2013 كانت الخطوط الجوية الجزائرية مملوكة بنسبة 100% للحكومة الجزائرية، وقد عملت الخطوط الجوية الجزائرية سنة 2017 على نقل حوالي 6083 مسافر عبر الخطوط الداخلية والدولية و 19075 طن خدمات الشحن³.

• **النقل البحري:** يمثل النقل البحري 95% من التجارة الدولية للبلاد من حيث حركة الحاويات، ولا تزال

الجزائر مستوردا رئيسيا بأكثر من 850 ألف طن مقابل 50 ألف طن من الصادرات تغادر الموانئ الجزائرية، ويوجد في الجزائر العديد من الموانئ البحرية البالغ عددها 53 ميناء موزعة على الولايات الساحلية البالغ عددها 14 ولاية منها الموانئ التجارية الكبرى والمقدرة بـ 13 ميناء تجاري يكمن نشاطها في نقل المسافرين والبضائع وطنيا ودوليا، أما الباقي فهي موانئ الصيد البحري، ويعتمد النقل البحري على الشركة الجزائرية للملاحة CNAN والشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين

¹ - وزارة الأشغال العمومية والنقل، أوت 2020، الموقع الرسمي : <http://www.mtp.gov.dz> consulter le 11/03/2021

² - AIR ALGERIE, Notre flotte, sur le site: <https://airalgerie.dz/experience-voyage/notre-flotte>, consulter le: 21/ 03/ 2021.

³ - الديوان الوطني للإحصائيات، نتائج 2015-2017.

SNTM التي تأسست بموجب مرسوم (رقم 87-155) في 14 يوليو 1987، تمتلك الشركة 4 سفن هي: الطاسيلي وطارق بن زياد والجزائر والإيروس، تنظم الشركة رحلات ضمن برنامج خطوطها من الجزائر إلى فرنسا وإسبانيا.

• **السكك الحديدية:** يرجع تاريخ السكك الحديدية في الجزائر إلى سنة 1859 أين تم شق أول خط للسكك الحديدية يربط بين الجزائر العاصمة والبليدة، وشبكة السكك الحديدية الجزائرية هي ملك للدولة الجزائرية باسم الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية SNTF التي تأسست سنة 1976 والمتخصصة في نقل المسافرين والسلع والبضائع، هذا وتمتد الشبكة على طول 4200 كيلومتراً، منها 560 كلم سكك مزدوجة، 3404 كلم سكك أحادية، 480 سكك مكهربة، كما قامت الشركة سنة 2017 بنقل 43 مليون مسافر و4 مليون طن من البضائع، ومن المقرر أن تنتقل شبكة السكك الحديدية من 4200 كيلومتر إلى 6500 كيلومتر آفاق 2021 بهدف بلوغ شبكة سكك حديدية وطنية بطول 12500 كيلومتر على المدى الطويل.

كما شرعت الحكومة في جانفي 2021 في إنجاز 3 خطوط للسكك الحديدية بالجنوب، خط يربط بشار بتندوف، وخط يربط بين أدرار وبرج باجي مختار، وخط آخر بين المنيعه وتمنراست، وتندرج هذه الإستراتيجية ضمن البرامج التنموية التي تحددها الحكومة لاستغلال المناجم الموجودة بجنوب البلاد من جهة، ومن جهة أخرى ستجعل الجزائر بوابة لإفريقيا وطريق يسهل وصول البلدان الإفريقية المجاورة إلى البحر الأبيض المتوسط.

كما تتوفر الجزائر على شبكات النقل العصرية ووسائل نقل حديثة ومتطورة تخدم السياحة في البلد تسمى الأتوراي (القطارات السريعة) وقطار الأقاليم السريعة ذو مسار واحد يوجد في عنابة وباتنة وقسنطينة وسطيف والعاصمة ووهران. ولتخفيف عبئ الازدحام تتوفر الجزائر على قطار الأنفاق المترو، والترامواي الموجود في ستة ولايات: الجزائر العاصمة، وهران، سيدي بلعباس، سطيف، ورقلة، قسنطينة، بالإضافة للنقل المعلق تيليفريك.

3- الإعلام وتكنولوجيا الاتصال: يستخدم اليوم 95% من السياح الدوليين التكنولوجيا الرقمية في رحلاتهم حيث أصبح بإمكان السائح التعرف على المقاصد السياحية ومختلف التسهيلات والخدمات المرافقة ومقارنة العروض السياحية قبل استهلاكها، وأصبحت التعاملات الالكترونية السياحية صيحة عالمية وشرطا مهما من شروط تقديم خدمة سياحية تنافسية ذات جودة عالمية في بيئة تسويقية جديدة ألغى فيها عاملي المسافة والوقت بين عارض الخدمة السياحية وطالباها¹، وعلى هذا فالاقتصاد الرقمي في الجزائر اقتحم مجالات كثيرة وفي مقدمتها الإدارة والخدمات، فهو يملك فرصا كبيرة للنجاح بوجود أكثر من 22 مليون جزائري متصل بالانترنت خاصة مع توفر اليوم البيئة التشريعية والقانونية التي تنظم المعاملات الإلكترونية من خلال قانون التجارة الإلكترونية 05-18، فقد بلغ عدد مشتركى الهاتف النقال

¹ - زير ريان، مرجع سابق، ص 175.

سنة 2019 أكثر من 45.9 مليون مشترك نتيجة اكتظاظ سوق الهاتف النقال (GSM والجيل الثالث والجيل الرابع) وحسب احصاءات سلطة الضبط البريد و لمواصلات السلكية واللاسلكية فإن أكبر حصة في السوق استحوذت عليها موبيليس بنسبة 40.06 متبوعة بجيزي ب 32.06% ثم نجمة ب 27.34%. كما أن السائح يعتمد على معاملة خاصة وملائمة من البنوك وتسهل له مواجهة نفقات تنقلاته داخل البلد المضيف، ولهذا سعى النظام المصرفي الجزائري إلى تطوير خدماته وتحديثها من خلال تعميم استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني المتمثلة في بطاقة CIB، بطاقة فيزا كارد Viza Card، بطاقة الماستر كارد، البطاقة الذهبية لبريد الجزائر، أما فيما يخص الوسائل المستخدمة في توزيع هذه المنتجات البنكية تتمثل في: الموزع الآلي للأوراق DAB، الشباك الأوتوماتيكي للأوراق GAB، نهائي نقطة البيع الإلكترونية TP¹.

كما أن إغراء السائح وجذبه يتطلب وسائل وأساليب ترويجية تكون على أعلى قدر من التأثير حيث يلعب الإعلام الإلكتروني الدور الأهم في خلق وتعزيز الطلب على المنتجات السياحية الجزائرية، لذا بادرت الجزائر بإنشاء بعض مواقع السياحة الإلكترونية، ولعل أهمها:²

- موقع "الجزائر سياحة" الذي يقترح خدمات الحجز مع العديد من وكالات الأسفار وشركات النقل الجوي، والفنادق السياحية؛
- موقع "الديوان الوطني للسياحة" تابع لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، يعطي أهم المعلومات حول المناطق السياحية بالجزائر، المتاحف الوطنية، المخيمات، المطاعم، الفنادق ووكالات الأسفار المحلية؛
- موقع "الديوان الوطني الجزائري للسياحة" الناطق بالفرنسية ويعتبر أقل حيوية مقارنة مع الموقعين السابقين؛
- بالإضافة إلى المجالات الإلكترونية التي تبرز الوجه الحضاري المشرق للجزائر وتروج لجمال البلاد وما تزرخ به من روافد ومعالم، أهمها:
- مجلة "السياحية": وهي مجلة نصف شهرية متخصصة في عالم السياحة والبيئة تسعى لمعالجة الفراغ في الساحة الإعلامية، تعرف بمدن جزائرية عريقة وبعض المعالم الأثرية والمواقع الطبيعية الخلابة؛
- جريدة "السياحي": شعار هذه الجريدة "أيها الجزائري اكتشف الجزائر" تهتم بنشر كل ما يتعلق بالجزائر من محطات تاريخية وريبورتاجات عن مختلف مناطق الوطن وكذا الاهتمام بالتراث والتقاليد والعادات؛

¹ - نجود حمري، نوال حمري، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون 18-05 قانون لتجارة الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي أفلو، المجلد 04/ العدد 01، 2021، ص 14-15.

² - هني أمينة، شاشوة فضلون، "السياحة الإلكترونية ودورها في تفعيل القطاع السياحي تجربة الجزائر - تونس - الأردن"، مجلة المالية والأسواق، جامعة مستغانم، المجلد 07، العدد 01، 2020، ص 243.

• مجلة "فسحة": نشأت سنة 2019 وهي مجلة نصف شهرية، سجلت المجلة حضورها في صالون بورصة برلين الدولية للسياحة بتغطية مفصلة للتظاهرة ومشاركة الوفد الجزائري من أجل الترويج للمعالم السياحية للجزائر.

4- وكالات السياحة والسفر: تعتبر همزة الوصل بين العرض والطلب السياحي مهما كان غرض الزيارة، بدءا من حجز تذاكر الطيران والبواخر إلى حجوزات الفنادق وكراء السيارات وتنظيم الجولات والزيارات رفقة المرشدين والمترجمين، كما تعمل على الترويج للأماكن السياحية من خلال برامج جذابة وبأسعار معقولة، وكذا تقديم مختلف الخدمات والاستشارات الفنية وهذا مقابل عمولات، وقد عرف المشرع الجزائري وكالات السياحة والأسفار بأنها " كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع رحلات نشاط وكالات السياحة والسفر في الجزائر¹، وفي سنة 2017 ولتشجيع دورها في تنشيط السياحة الداخلية والخارجية قامت الحكومة بإصدار المرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 2017/05/15 المتضمن تحديد شروط إنشاء وكالات السياحة والأسفار وكيفيات استغلالها، حيث ارتفع عدد الوكالات السياحية الناشطة من 818 وكالة سنة 2012 إلى 1643 وكالة سنة 2015 ليرتفع أكثر سنة 2020 ليصل إلى 3546 وكالة سياحية عبر التراب الوطني².

المطلب الثاني: سمات الاستثمار السياحي في الجزائر للفترة (1967-2000)

حرصت الجزائر بعد الاستقلال على تطوير القطاع السياحي حيث أنشأت وزارة السياحة سنة 1964 بعدما كانت تابعة لوزارة الشباب والرياضة، كما أن السياحة لم تستفيد من أي تنمية في المرحلة 1963-1966 حيث تميزت بالضعف، وتردي الهياكل والخدمات السياحية، وانعدام أي تنظيم للثروة السياحية، مما دفع بالدولة إلى الاهتمام بالقطاع السياحي والمحافظة على الموارد السياحية ومناطق التوسع السياحي وتطوير الصناعة الفندقية من خلال ميثاق الصناعة السياحية سنة 1966 كتوجه تنموي يسعى إلى تحقيق عدة أهداف على جميع الأصعدة:

- إقتصاديا: لخلق مناصب شغل وجلب العملة الصعبة للبلد؛
 - اجتماعيا: الاحتكاك بالعالم الخارجي وتطوير هيئات ومراكز التكوين الفندقي والسياحي؛
 - سياسيا: لإبراز الدور المركزي للدولة على جميع الاستثمارات وحتى تلك المخصصة للسياحة.
- وللوقوف على مكانة القطاع السياحي في الجزائر لا بد من النظر إلى حجم الاستثمارات التي خصصتها الدولة لهذه الصناعة بالمقارنة مع القطاعات الأخرى ضمن برامجها التنموية، وأهم الانجازات المحققة.

¹- فراح أسامة، "دور وكالات السياحة والأسفار في تشجيع السياحة الداخلية دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية الشلف"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تمنغراست، المجلد 8، العدد3، 2019، ص107.

²- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, opcit.

أولاً- نصيب الاستثمارات السياحية ضمن البرامج التنموية (1967-1989):

بالنظر إلى الإمكانيات المحدودة للجزائر غداة الاستقلال إلا أنها بذلت جهود لإخراج البلاد من حالة التخلف والدفع بها إلى طريق التنمية لتعزيز الاستقلال الاقتصادي، وهذا ما توضحه الأرصدة المالية التي رصدت لهذه البرامج في الجدول رقم (37):

الجدول رقم (37): حجم الاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية للفترة 1967-1989

الوحدة مليار دج

المخطط الخماسي الثاني 1985-1989		المخطط الخماسي الأول 1980-1984		المخطط الرباعي الثاني 1974-1977		المخطط الرباعي الأول 1970-1973		المخطط الثلاثي الأول 1967-1969		الاستثمارات حسب القطاعات
%	المبلغ	%	المبلغ	%	المبلغ	%	المبلغ	%	المبلغ	
31.7%	174.2	38.6%	154.5	61.5%	74.1	45%	12.4	48.7%	5.4	الصناعة
14.4%	79	11.8%	47.1	6.8%	8.2	14.8%	4.1	16.9%	1.87	الفلاحة
0.6%	3.5	0.8%	3.4	1.3%	1.6	2.5%	0.7	2.5%	0.28	السياحة
8.2%	45	10.6%	42.2	8.3%	9.98	5.4%	1.5	9.2%	1.03	التربية والتكوين
45.1%	248.3	38.2%	152.8	22.1%	26.62	32.4%	9.03	22.7%	2.62	قطاعات أخرى
100%	550	100%	400	100%	120,5	100%	27.73	100%	11.08	المجموع

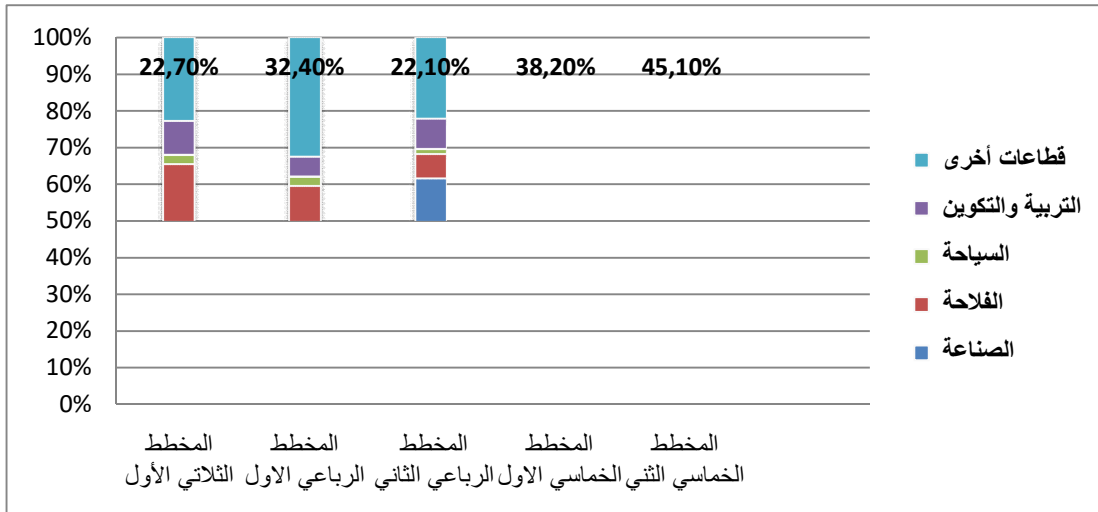
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- فيصل لوصيف، "أثر سياسات التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية المستدامة في الجزائر خلال الفترة 1970-2012"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة سطيف 1 (الجزائر)، 2013-2014، ص 86-88.

- عامر هني، قراءة في مخططات التنمية بالجزائر (1967-2014)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 04، ص 217-218.

وقراءة هذه الأرقام نترجمها في الشكل رقم (31):

الشكل رقم (31): نصيب الاستثمارات السياحية ضمن البرامج التنموية 1967-1989



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (37).

القراءة التحليلية لأرقام الجدول رقم (37) والشكل رقم (31) توضح أن حجم المبالغ المالية التي رصدت للقطاع السياحي ضعيفة بالمقارنة مع باقي القطاعات الأخرى المكونة للاقتصاد الوطني، وهذا ما يؤكد أن التوجه التنموي للدولة آنذاك كان نحو الصناعات المصنعة لأنها الكفيلة بتحقيق التنمية الاقتصادية، لهذا فالسياحة لم تحض بالاهتمام الكافي من طرف السلطات فلم يتجاوز حجم الاستثمارات السياحية من إجمالي المخصصات المالية نسبة 2.5% في أحسن الحالات، أيضا نلاحظ تضاعف المبالغ الموجهة للمخططات التنموية خلال فترة السبعينات وهذا راجع إلى ارتفاع أسعار النفط في السوق العالمية مما أدى إلى ارتفاع إيرادات الدولة بشكل كبير انعكست آثاره على زيادة حجم الاستثمارات المخصصة لكل القطاعات، لكن تبقى المبالغ المخصصة للقطاع السياحي جد ضعيفة (المقدرة بـ 2.5% خلال المخطط الرباعي الأول و 1.3% في المخطط الرباعي الثاني) بالمقارنة بالمخصصات المالية التي رصدت لباقي القطاعات.

ولاستدراك النقائص التي عرفتتها السياحة خلال المخططات الثلاثة، جاءت المخططات الخماسية الأول والثاني (1980-1989) لضرورة إحداث توازن جهوي سياحي بتطوير ثلاثة مناطق نموذجية في شرق وغرب ووسط البلاد والموجهة أساسًا نحو السياحة الداخلية ومتابعة سياسة التهيئة السياحية وتطوير السياحة لمعدنية وضرورة إشراك القطاع الخاص والعمل على لا مركزية الاستثمار¹، وتوزيع العرض السياحي، لكن كل هذا الاهتمام بالتنمية السياحية لا يعكس أبدا حجم المبالغ الموجهة للاستثمارات السياحية فحجم الميزانية السياحية ضئيل جدا حيث انخفضت إلى 0.8% خلال المخطط الخماسي الأول و 0.6% خلال المخطط الخماسي الثاني، في حين تولي الدولة اهتماما بالغا للقطاع الصناعي وهذا يظهر من خلال الاعتمادات المالية التي تتجاوز في المتوسط 44%، وهذا ما يؤكد لنا أن السياحة لم تأخذ مكانتها التنموية في جميع المخططات.

أما عن أهم الإنجازات السياحية المحققة خلال هذه الفترة يمكن أن نوجزها في الجدول رقم (38):

الجدول رقم (38): طاقات الإيواء المنجزة خلال المخططات التنموية 1967-1989

المشاريع السياحية	المخطط الثلاثي الأول 1967-1969		المخطط الرباعي الأول 1970-1973		المخطط الرباعي الثاني 1974-1977		المخطط الخماسي الأول 1980-1984		المخطط الخماسي الثاني 1985-1989	
	عدد الأسرة	النسبة	عدد الأسرة	النسبة	عدد الأسرة	النسبة	عدد الأسرة	النسبة	عدد الأسرة	النسبة
شاطئية	2406	81.6%	4300	62.7%	3400	38.5%	4035	27.3%	13327	27.6%
صحراوية	286	9.7%	1250	18.2%	800	9.1%	2144	15.5%	6331	13.1%
حضرية	254	8.6%	710	10.3%	2620	29.7%	1148	7.9%	22498	46.6%
مناخية ومعدنية	0	0%	600	8.8%	1900	22.7%	2000	13.5%	6146	12.7%
المجموع	2946	100%	6860	100%	8820	100%	14732	100%	48302	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- بن مرزوق نبيل، مرجع سابق، ص 207-209.

¹ - صورية مساني، مرجع سابق، ص 229.

- عبد القادر عوينات، مرجع سابق، ص 213-2015.

- عامر هني، "قراءة في مخططات التنمية بالجزائر(1967-2014)", مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد04، ص217-218.

- صالح بزة، مرجع سابق، ص129-130.

الجدول رقم (38) يوضح أن عدد الأسرة ارتفع من 2946 سرير خلال المخطط الثلاثي الأول لترتفع قدرات الاستقبال إلى 48302 سرير نهاية عام 1989، كما نجد أن المشاريع الاستثمارية كانت مركزة في السياحة الشاطئية من المخطط الثلاثي الأول حتى الخماسي الأول 1967-1984 بعدد أسرة متفاوتة بلغت نسبتها 81.6%، 62.7%، 38.5%، 27.3% على الترتيب، تليها الصحراوية في المرتبة الثانية في كل من المخطط الثلاثي الأول والرابعي الأول، ليتحول اهتمام الدولة في المخطط الرابعي الثاني إلى المنتج الحضري ويحتل المرتبة الثانية بنسبة 29.7%، أما في المخطط الخماسي الأول فقد أولت الدولة الاهتمام بالسياحة الداخلية من خلال إقامة الحمامات المعدنية والمخيمات لذوي الدخل المحدود حيث برمجت 89 مشروعا سياحيا بعدد أسرة 16550، إلا أنها لم تنجز إلا 20 مشروعا بعدد أسرة بلغت 14732 سرير¹، وهذا ما يبرر عدم الاهتمام بالقطاع السياحي حيث بقي المنتج السياحي الشاطئي في الريادة بعدد أسرة 4035 ثم المنتج الصحراوي بـ 2144 سرير ثم الحمامات المعدنية التي ارتفعت بنسبة 13.5%، أما سنة 1985 فقد شهدت التقسيم الإداري الجديد الذي تقرر معه لا مركزية الاستثمارات السياحية وإعطاء كل ولاية حقتها في التنمية السياحية واعتماد رؤية جديدة للتخطيط، ومضاعفة المساحات المخصصة للمخيمات لتلبية حاجات الشباب بأقل تكلفة²، وقد شكلت الفندقية الحضرية خلال المخطط الخماسي الثاني ما يقارب نصف طاقات الإيواء بنسبة 46.6%.

ثانيا- حجم الاستثمارات السياحية خلال فترة الإصلاحات الاقتصادية (1990-2000):

سجل الاقتصاد الجزائري في نهاية الثمانينات اختلالات هيكلية على المستوى الكلي لهذا لجأت الدولة إلى جملة من الإصلاحات الاقتصادية الهدف من ورائها الدخول في اقتصاد السوق ومواكبة التطورات الاقتصادية الحاصلة في العالم مع ضرورة تنويع مصادر الدخل بعيدا عن الإيرادات النفطية، وفتح المجال أمام الاستثمارات الخاصة والأجنبية من خلال قانون الاستثمار سنة 1993، الذي منح امتيازات للمستثمرين لا سيما في القطاع السياحي، على أن تسمح للقطاع الخاص بتوفير طاقات إيواء مستقبلية تقترب من طاقات الإيواء في القطاع العام وتتجاوز على المدى الطويل³، كما تم إنشاء الديوان الوطني للسياحة سنة 1990 الذي تمثلت مهمته الرئيسية في ترقية المنتج السياحي⁴، وأهم ما ميز الإصلاحات في هذه المرحلة هو الخصوصية وأدرجت السياحة على رأس القائمة، حيث حددت وزارة

¹- بن مرزوق نبيل، مرجع سابق، ص207.

²- عميش سميرة، مرجع سابق، ص117.

³- المرجع نفسه، ص119.

⁴- المرسوم رقم 90-05 المؤرخ في 19 فيفري 1990.

السياحة مجموعة من المؤسسات الفندقية التي دخلت الخوصصة كما حددت ترتيبات للمستثمرين الذين يمكنهم الاستفادة من العملية، وقد أسفرت الخوصصة عن دخول مؤسسات سياحية أجنبية للاستثمار في الجزائر منها: مجمع أكور الفرنسي Accor، مجمع فلامينكو الإسباني flamengo، مجمع هيلتون Hilton، مجمع السفير safir الكويتية.

وكان هدف الدولة من وراء الخوصصة السياحية ما يلي:¹

- الخوصصة الكلية للتسيير؛
- الخوصصة الجزئية أو الكلية لرأس المال؛
- الخوصصة الكلية للاستثمارات المستقبلية؛
- انفتاح الجزائر أما رأس المال الخاص والأجنبي.

ولأن موضوع السياحة يعني أمن المنشآت السياحية والمواقع السياحية فإن أحداث العنف التي شهدتها البلاد في بداية التسعينيات أعاقت بلوغ الطموحات وكانت السبب في عزوف رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في الجزائر، إلى جانب أسباب أخرى كغياب السوق المالية التي تعمل على جذب المدخرات لزيادة الاستثمار ونقص المعلومات السياحية التي تسهل عملية الخوصصة. وعلى العموم يمكن أن نلخص إنجازات هذه المرحلة في الجدول رقم (39) كما يلي:

الجدول رقم (39): طاقات الإيواء المنجزة حسب الطابع خلال الفترة 1990-2000

المشاريع السياحية	1990	1992	1994	1996	1998	2000	المجموع
حضرية	22286	26928	29304	30980	32300	33000	174798
شاطئية	12972	18972	20263	20254	24255	25442	122158
صحراوية	5026	5026	5415	7946	9150	9000	41563
مناخية	982	1284	1350	4105	7500	8500	23721
معدنية	12546	3714	3903	1410	2300	1300	25173
المجموع	53812	55924	60235	64695	75505	77242	387413

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

-الديوان الوطني للإحصاء، مجموعة الإحصاءات السنوية رقم 15-16-17-18، نشرة 1994، 1996، 1998، 2000.

-Ministère de L'aménagement du territoire de L'environnement et tourisme, Direction des Statistiques, Juin 2002.

القراءة الأولية للجدول رقم (39) تشير أن عدد الأسرة قد تزايد خلال الفترة 1990-2000، حيث يبقى المنتج السياحي الحضري الأعلى نسبة 45.11% نتيجة تمركز الاستثمارات الفندقية في الولايات الكبرى، ثم تليها الفنادق الشاطئية في حين نلاحظ نسب متواضعة في طاقات الإيواء الصحراوية والمعدنية والمناخية نتيجة عدم الاهتمام بهذا النوع من السياحة مما نتج عنه نقص في هياكل الاستقبال.

¹- بن سهلة ثاني توفيق، "أثر المنظمة البنكية في الجزائر على ترقية لاستثمار السياحي"، أطروحة لدكتوراه العلوم، تخصص تسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2015-2016، ص79.

أما فيما يخص توزيع طاقات الإيواء حسب الطابع القانوني يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (40): طاقات الإيواء حسب الطبيعة القانونية للفترة 1990-2000

القطاعات	1990	1992	1994	1996	1998	2000
العام	26275	28837	28.537	30488	36487	32155
الخاص	26140	26140	30.716	33216	36997	40374
الجماعات المحلية	947	947	982	991	2021	4713
المجموع	53812	55924	60235	64695	75505	77242

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

-الديوان الوطني للإحصاء، مجموعة الإحصاءات السنوية رقم 19، نشرة 2002.

-Ministère de L'aménagement du territoire de L'environnement et tourisme, Op.cit.

الجدول رقم (40) يثبت تطور طاقات الإيواء التابعة لمختلف القطاعات الاقتصادية لكن ابتداء من سنة 1994 أخذت طاقات الإيواء للقطاع الخاص تفوق القطاع العام وهذا نتيجة فتح المجال أمام الاستثمارات السياحية وتشجيعها، أين سجلت المؤسسات الفندقية الخاصة هياكل استقبال قدرت نسبتها 50.99% مقابل 47.37% للقطاع العام، لتستمر وتيرة الزيادة حتى عام 2000 أين زادت حصة القطاع الخاص من عدد الأسرة فبلغت 52.41%، يليها القطاع العام بنسبة 41.63% ثم الجماعات المحلية بنسبة 6.28%، كما سجلت سنة 2000 تمركز عدد الأسرة في الهياكل الفندقية ذات ثلاث نجوم بنسبة 55% تليها الفنادق الغير مصنفة بنسبة 36%.

المطلب الثالث: سمات الاستثمارات السياحية في الألفية الثالثة (2000-2020)

لمعرفة نصيب الاستثمار السياحي في الألفية الثالثة نميز بين فترتين مهمتين فترة البجوحة المالية (2001-2014) وفترة الانكماش الاقتصادي (2015-2020) بعد انخفاض أسعار النفط.
أولاً- نصيب الاستثمار السياحي للفترة 2001 - 2014:

تعتبر هذه المرحلة نقطة تحول في المسار التنموي الوطني بسبب توافق الظروف الداخلية والخارجية، واستعادة الجزائر لعافيتها وأمنها الداخلي والوفرة المالية للمداخل النفطية منذ عام 2001 حاولت الجزائر خلق الظروف الملائمة لإستراتيجية حقيقية للتنمية المستدامة، تسمح بانطلاق النمو والحفاظ عليه بصفة مستدامة، من خلال تشجيع الإنتاج الوطني وخفض البطالة وتحسين القدرة الشرائية والقضاء على الفقر، وتحقيق النمو للناج الداخلي الخام بوتيرة سنوية بأكثر من 5%، وهذا ضمن برنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2014 الذي وصف ببرنامج القرن.

من أجل معرفة توجه الاستثمارات نحو مختلف القطاعات الاقتصادية نقوم بإدراج الجدول الموالي الذي يوضح لنا نصيب الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات:

الجدول رقم (41): توزيع الاستثمارات حسب القطاعات الاقتصادية للفترة 2001-2014

قطاع النشاط	عدد المشاريع	النسبة %	القيمة مليون دج	النسبة %
الفلاحة	1490	2.5%	141727	1.35%
البناء	8539	14.32%	774776	7.38%
الصناعة	10733	18.46%	5589308	53.24%
الصحة	751	1.26%	734882.82	2.05%
النقل	31997	53.6%	1549552	14.76%
السياحة	810	1.36%	524961	4.98%
الخدمات	4770	8.35%	692889	6.64%
التجارة	47	0.08%	650896	6.28%
الاتصالات	5	0.01%	346444	3.32%
المجموع	59.631	100%	10.498.326	100%

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI . على الموقع:

https://www.industrie.gov.dz/?Agence-Nationale-de-Developpement_consulter_le: 04/04/2021

بيانات الجدول رقم (41) تؤكد أن أغلب المشاريع الاستثمارية تتركز في ثلاث قطاعات رئيسية هي النقل والصناعة والبناء، فمن حيث عدد المشاريع المسجلة للفترة 2000-2014 نجد أن قطاع النقل قد استحوذ على نسبة 53.66% من إجمالي المشاريع المسجلة أي بـ 31997 مشروع بقيمة 1549552 مليون دج. في حين تحتل الصناعة الترتيب الثاني في عدد المشاريع التي تمثل 18.46% لكنها تحتل المرتبة الأولى في قيمة الاستثمارات التي بلغت 5589308 مليون دج نسبة 53.24% من القيمة الإجمالية للمشاريع، أما قطاع البناء فيحتل المرتبة الثالثة في عدد المشاريع التي بلغت 8539 مشروع، ثم يحتل القطاع التجاري والخدمات المرتبة الموالية في قيمة الاستثمارات، أما بقية القطاعات الأخرى بما فيها السياحة لم تسجل فيها مشاريع كبيرة، وهذا بالرغم من إثراء قوانين الاستثمار السياحي وتهيئة مناطق التوسع السياحي التي لها الأولوية في الاستثمار، ومع هذا لم تتجاوز قيمة الاستثمارات المسجلة في القطاع السياحي نسبة 6.64% من القيمة الإجمالية للاستثمارات بعدد مشاريع ضئيل جدا لم يتجاوز نسبة 1.36% وهذا يعبر عن عدم الرغبة في الاستثمار في هذا القطاع، بالرغم من أن التصريح بهذه الاستثمارات يضم الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمارات الوطنية لكن 97% منها هي استثمارات خاصة وطنية.

أما توزيع الاستثمارات السياحية في برنامج الإنعاش الاقتصادي يوضحها الجدول رقم (42):

الجدول رقم (42): توزيع طاقات الإيواء حسب النشاط السياحي للفترة 2001-2014

المشاريع السياحية	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014
حضرية	33495	35126	503112	44592	44905	54186	55988	61012
شاطئية	23485	26034	22000	23248	23804	29886	29886	27962
صحراوية	7723	8105	4431	11639	11649	5954	6058	4547
مناخية	1246	1225	1411	913	1119	1405	1405	1825
معدنية	6536	6905	5742	4608	4906	5467	5467	4259
المجموع	72485	77473	83895	85000	86383	96898	98804	99605

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على بيانات وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تقرير سنوي 2015.

من الجدول رقم (42) نلاحظ تركز هياكل الاستقبال بالدرجة الأولى في الفنادق الحضرية حيث ازدادت طاقات الإيواء من 33495 سرير سنة 2001 إلى 61012 سرير من إجمالي عدد الأسرة الذي بلغ 99605 سرير في نهاية برنامج توطيد النمو الاقتصادي 2009-2014 (رصد له غلاف مالي بـ 286 مليار دولار) أما في المرتبة الثانية المنتج السياحي الشاطئي الذي شهد هو الآخر تذبذباً في عدد الأسرة حيث انتقلت من 23485 سرير عام 2001 إلى 29886 سرير عام 2013 ليعاود الانخفاض بـ 1924 سرير عام 2014، في حين تحتل الفنادق الصحراوية المرتبة الثالثة إلا أنها شهدت انخفاضاً كبيراً من 7723 سرير سنة 2001 إلى 4547 سرير عام 2014، لتحتل الاستثمارات السياحية المعدنية ثم المناخية المرتبة الأخيرة، يرجع السبب في انخفاض الهياكل الفندقية إلى غلق البعض منها وتدهور مستوى الخدمة فيها وإعادة تصنيف البعض الآخر.

لكن عادة ما تتوزع هياكل الإيواء حسب الأهمية النسبية لهذه الطاقات في برامج التنمية السياحية ووفقاً للتصورات المطروحة لاستراتيجية التوزيع الفندقي، إلا أن توزيع الاستثمارات السياحية في الجزائر حسب الجدول أعلاه يبين إهمال بعض أنماط السياحة وخاصة الصحراوية والمناخية وهذا يعكس ضعف العرض السياحي من خلال تراجع عدد الأسرة بهذه المناطق من جهة ويطمس المعالم السياحية الجذابة التي تتميز بها على مدار السنة للتخفيف من سلبية موسمية السياحة من جهة أخرى.

أما توزيع طاقات الإيواء والحظيرة الفندقية حسب تصنيف الفنادق نوضحها في الجدولين (43) و(44) كالتالي:

الجدول رقم (43): تطور الحظيرة الفندقية حسب الدرجة للفترة 2000-2014

السنة	الدرجة الأولى (* 5)	الدرجة الثانية (* 4)	الدرجة الثالثة (* 3)	الدرجة الرابعة (* 2)	الدرجة الخامسة (*1)	بدون تصنيف	المجموع
2000	11	34	110	93	72	507	827
2001	11	20	67	62	43	724	927
2002	12	20	69	58	47	729	935
2003	13	34	74	68	53	800	1042
2004	13	22	67	62	42	851	1057
2005	13	23	76	69	57	867	1105
2006	13	54	145	155	97	670	1134
2007	13	54	145	157	97	674	1140
2008	13	53	142	160	99	680	1147
2009	13	57	152	148	101	680	1151
2010	13	39	77	72	58	915	1174
2011	13	64	60	74	58	915	1184
2012	8	5	38	51	133	920	1155
2013	8	5	38	51	173	901	1176
2014	8	6	40	52	172	907	1185

Source: Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, "Quelques indicateurs du tourisme algérien", période 1999-2015. .

الجدول رقم (44): توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة للفترة 2000-2014

السنة	الدرجة الأولى (* 5)	الدرجة الثانية (* 4)	الدرجة الثالثة (* 3)	الدرجة الرابعة (* 2)	الدرجة الخامسة (*1)	بدون تصنيف	المجموع
2000	4943	4792	25941	6081	2657	17613	76042
2001	4832	3621	15808	5331	2165	40728	72485
2002	6000	2975	11717	3338	2033	47485	73548
2003	4212	5424	19740	3757	4959	44381	82473
2004	4590	3383	14857	5415	2315	51474	82034
2005	4590	3383	14807	5800	2315	53000	83895
2006	5455	3743	11225	5843	2378	56225	84869
2007	5455	3743	11225	5843	2378	56356	85000
2008	5455	3743	11601	5843	2378	56856	85876
2009	5455	3950	11700	6044	2378	56856	86383
2010	4948	3560	13090	8070	3804	58905	92377
2011	4948	3750	13180	8070	3804	58985	92737
2012	4242	1600	5775	5098	9305	70787	96807
2013	4242	1600	5775	5098	11689	70400	98804
2014	4242	1800	6153	5098	11689	70673	99655

Source: Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, , Op.cit

يوضح الجدولين رقم (43) و(44) أن سعة الاستقبال تتمركز في المؤسسات الفندقية غير المصنفة والتي ارتفع عددها من 507 فندق سنة 2000 إلى 907 فندق سنة 2014 بطاقة استيعاب ارتفعت من 17613 سرير إلى 70673 سرير لنفس الفترة، ثم تأتي الفنادق ذات نجمة واحدة في المرتبة الثانية بـ 172 فندق بعدد أسرة بلغت 11689 سرير ثم الفنادق ذات ثلاث نجوم بطاقة استيعاب 6153 سرير، وفي المرتبة الرابعة الفنادق ذات نجمتين أما المرتبة الخامسة والسادسة ترجع إلى الفنادق الفاخرة ذات الأربع والخمس نجوم وهي متقاربة في العدد، 11 فندقا خمس نجوم و6 فنادق أربع نجوم والتي انخفض عددها وهذا بسبب إعادة التصنيف من درجة أعلى إلى درجة أقل مما يعكس مستوى الخدمة المقدمة التي كان من المفروض أن ترتقي الفنادق من درجة أقل إلى درجة أعلى، وأيضا بسبب نقص الاستثمارات في الفنادق الفخمة بسبب ارتفاع تكاليفها وانخفاض عائداتها والتي تكون عادة تابعة للقطاع العام، أيضا نلاحظ أن طاقات الاستقبال بهذه الفنادق الممتازة منخفضة بالمقارنة مع التصنيفات الأخرى حيث بلغت 4242 سرير للفنادق خمس نجوم و1800 سرير للفنادق ذات أربع نجوم والتي تقدم خدماتها طبعا إلى طبقة معينة من السياح بمستوى راق وممتاز عن غيرها من الأصناف الأخرى.

الجدولين رقم (43) و(44) يؤكدان لنا أيضا حقيقة ضعف هيكل القطاع السياحي الذي يعتمد على 65% من الفنادق الغير مصنفة وضعف الإدارة الفندقية وعجزها عن رفع درجة الفندق وتصنيفه، والذي كان له تأثير سلبي على الطلب السياحي العام وبالتالي حجم الإنفاق السياحي، حيث نجد أن هذا النوع من الفنادق يشجع الجزائريين على السياحة بأسعار مناسبة فهي موجهة لذوي الدخل المتوسط لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الزوار الداخليين (باعتبار الطلب السياحي جد حساس للتسعير)، وهذا ما يتنافى وإستراتيجية التنمية السياحية التي تأخذ بعين الاعتبار السياحة الخارجية (الوافدة) لجلب العملة الصعبة، حيث تبقى تنمية المرافق والخدمات السياحية في الجزائر وتطويرها قدر الإمكان أمر ضروري ليلتلاءم مع حجم الطلب السياحي المتوقع بأنواعه وشرائحه المختلفة، وهذا ما يؤكد لنا مرة أخرى غياب أي تقدير لحجم الطلب السياحي المتوقع.

ثانيا- سمات الاستثمار السياحي للفترة 2015-2020:

تميزت سنتي 2015 و2016 بركود اقتصادي نتيجة صدمة انخفاض أسعار النفط، ولهذا سارعت الدولة إلى حزمة من الإصلاحات الرامية إلى تحويل بنية الاقتصاد لتحقيق التنمية والإقلاع الاقتصادي (تم التطرق إليها في المبحث السابق)، ولتحقيق القفزة المطلوبة جعلت الصناعة السياحية أولوية وطنية وشهدت الاستثمارات السياحية رؤية جديدة ولتوضيح هذا سنقف على وضعية المشاريع السياحية لهذه الفترة.

1- مشاريع الاستثمار السياحي طور الإنجاز (2015-2020):

الجدول رقم (45) يوضح عدد مشاريع الاستثمار السياحي قيد الانجاز وعدد الأسرة ومناصب الشغل التي توفرها:

الجدول رقم (45): مشاريع الاستثمار السياحي طور الإنجاز (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	504	584	764	799	889	804
معدل النمو (%)	/	15.87	30.82	4.58	11.26	-9.56
عدد الأسرة	69138	76670	101772	100866	118254	99567
معدل النمو (%)	/	10.89	32.74	-0.89	17.24	-15.80
عدد مناصب العمل	83528	59232	84044	87941	46982	40117
معدل النمو (%)	/	13.03	37.58	6.60	12.19	-14.61

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, "Principaux Agrégats du Tourisme", Plan qualité Tourism, Période 2015-2020.

أرقام الجدول رقم (45) تبين تطورا في عدد مشاريع الاستثمار السياحي قيد الانجاز بمعدلات نمو متذبذبة حيث سجلت أعلى نسبة نمو سنة 2017 ب 30.82% أين بلغت 764 مشروع استثماري لتواصل الارتفاع إلى 899 مشروع سنة 2019، بطاقة استيعابية تطورت من 69138 سرير سنة 2015 إلى 118254 سرير لسنة 2019، لتعاود الانخفاض سنة 2020 بنسبة -15.8% في عدد الأسرة نتيجة انخفاض في عدد المشاريع السياحية بنسبة -9.56% وهذا نتيجة تداعيات جائحة الكورونا على الاستثمار بشكل عام وصناعة السياحة بشكل خاص والتي كان لها الأثر السلبي على سوق العمل حيث انخفضت مناصب الشغل في القطاع السياحي بنسبة -14.61%، وعموما تتدرج الاستثمارات التي منها ما هو في طور الإنجاز في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتهيئة القطاع السياحي آفاق 2025 والتي هي جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يرمي إلى خلق نوع من التناسق والتناغم في إنجاز مختلف المشاريع السياحية.

2- مشاريع الاستثمار السياحي المتوقفة (2015-2020):

حجم المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي المتوقفة يوضحها الجدول رقم (46)

الجدول رقم (46): مشاريع الاستثمار السياحي المتوقفة (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	101	119	147	181	239	308
معدل النمو (%)	-	17.82	23.53	23.13	32.04	28.87
عدد الأسرة	5918	13397	16985	19745	27816	37002
معدل النمو (%)	-	55.94	26.78	16.25	40.88	33.02
عدد مناصب العمل	3732	5003	6978	8535	10988	15717
معدل النمو (%)	-	34.06	39.48	22.31	28.74	43.04

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Op.cit.

أرقام الجدول رقم (46) تبين بوضوح أن عدد المشاريع السياحية المتوقفة في زيادة مستمرة حيث سجلت سنة 2015 حوالي 101 مشروع استثماري متوقف كان من المفروض أن يوفر 9591 سرير واستمرت نسبة التوقف في المشاريع حتى سجلت أكبر نسبة لها سنة 2019 ب 32.04% (من 181 مشروع متوقف سنة 2018 إلى 239 مشروع متوقف سنة 2019) لترتفع سنة 2020 بنسبة 28.87% أي 308 مشروع متوقف، هذا التوقف أثر على الحظيرة الفندقية بفقدان 37002 سرير كان من الممكن توفيرها، كما كان له الدور في ضياع فرص العمل عن كل مشروع استثماري متوقف، حيث ارتفعت من 5003 منصب مفقود سنة 2015 إلى 15717 منصب سنة 2020، وهذا بسبب معاناة أغلب هذه المشاريع من مشكل التمويل وأسباب أخرى تقنية وإدارية محضة، ناهيك عن التجميد الذي طال بعض الآخر، حيث يطالب عدد من المستثمرين في قطاع السياحة برفع التجميد عن مشاريعهم المتوقفة لأسباب عدّوها مجهولة والتي تراوحت نسبة انجازها ما بين 40% و 60%، لاسيما تلك المشاريع السياحية التي جاءت في إطار المنفعة العامة، لتخدم القطاع في العديد من الولايات التي تعد سياحية بامتياز غير أنها جمدت، بعدما خطت خطوات عملاقة في أشغال البناء والإنجاز، ما كبد أصحابها خسائر باهظة في ظل التجميد غير المبرر، مما يكشف بأن الأهداف المرجوة لم تتحقق رغم الرهانات الكبيرة على الاستثمار السياحي للنهوض بواقع السياحة التي لا تزال تعيش فترة نمو طال أمدها.

3- مشاريع الاستثمار السياحي غير المنطلقة (2015-2020):

مشاريع الاستثمار السياحي الغير منطلقة هي تلك المشاريع التي هي قيد الدراسة، والجدول التالي يوضح عددها الإجمالي وما كان يمكن أن تحققه من عدد الأسرة ومناصب الشغل:

الجدول رقم (47): مشاريع الاستثمار السياحي غير المنطلقة (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	607	793	928	1136	1220	1380
معدل النمو (%)	-	30.64	17.02	25.32	4.90	13.11
عدد الأسرة	78813	104979	129641	162774	163750	182500
معدل النمو (%)	-	33.20	23.49	25.56	0.60	11.45
عدد مناصب العمل	29074	39502	47812	61629	63381	71039
معدل النمو (%)	-	35.87	21.04	28.90	2,84	12.08

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Op.cit.

القراءة الأولية للجدول رقم (47) تبين أن عدد المشاريع غير المنطلقة ارتفع من 607 مشروع سنة 2015 إلى 1380 مشروع سنة 2020 كان من شأنها أن تساهم في إنشاء 182500 سرير وتوفير 71039 منصب عمل، ويعود السبب الرئيسي في ذلك إلى طلبات الاستثمار السياحي التي تنتظر الضوء الأخضر من الوزارة التي لازالت بصدد دراسة هذه الطلبات في انتظار استكمال الإجراءات القانونية لإمكانية الحصول على العقار الصناعي ورخص البناء والأشغال وهو ما أثر سلبا وبشكل كبير على فكرة التوسع السياحي.

4- مشاريع الاستثمار السياحي المنجزة (2015-2020):

يتجه الاستثمار السياحي في الجزائر إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء، من خلال تجسيد مشاريع سياحية ساهمت في خلق فرص عمل، يوضحها الجدول رقم (49):

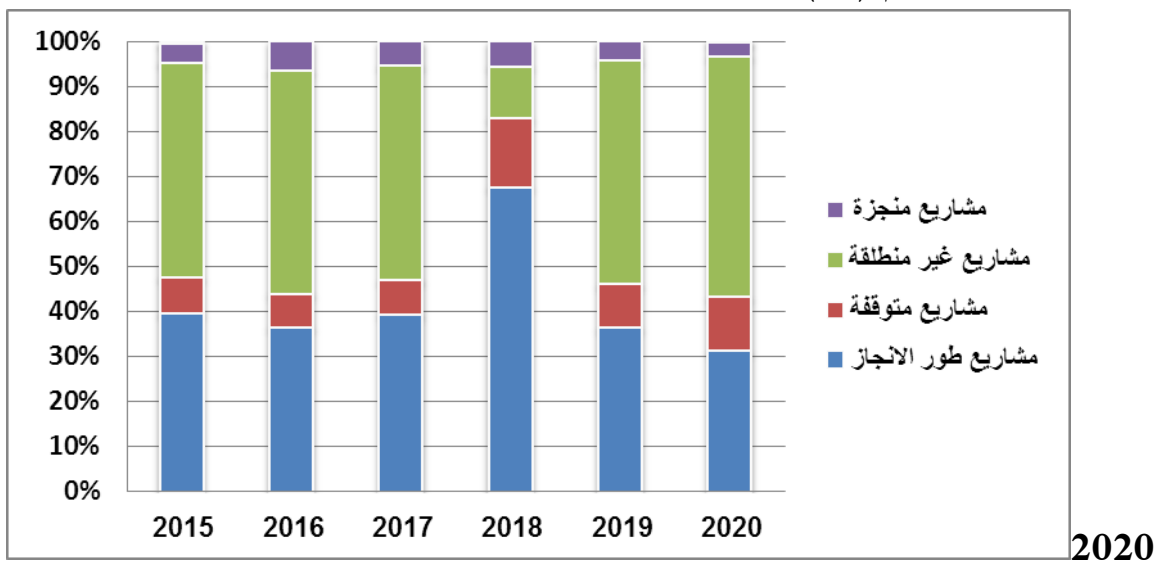
الجدول رقم (48): تطور حجم مشاريع الاستثمار السياحي المنجزة (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشاريع	58	106	107	67	107	87
معدل النمو (%)	-	82.76	0.94	-37.38	59.70	-18.69
عدد الأسرة	4241	9843	10162	5773	7984	5825
معدل النمو (%)	-	132.09	3,24	-43.19	38.30	27.04
عدد مناصب العمل	1951	5049	4476	2447	3575	2403
معدل النمو (%)	-	158,79	11,35	45.33	46,10	32,78

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Op.cit.

أرقام الجدول (48) توضح أنه تم استلام 107 مشروع في كل من سنتي 2017 و2019 لتعاود الانخفاض سنتي 2018 و2020 لتصل إلى 67 مشروع و87 مشروع على الترتيب، كما سجلت سنة 2016 أعلى نسبة نمو في عدد الأسرة بلغت 132.09% ساهمت في توفير 5049 منصب شغل، والانخفاض في عدد المشاريع المسجلة يدل على عدم قدرة الحكومة على امتلاك سياسة واضحة المعالم للتجسيد الفعلي لمخططات التهيئة السياحية حيث تمت المصادقة لحد الآن على 61 مخطط للتهيئة السياحية ضمن 225 موقع للتوسع السياحي منذ سنة 2007 تاريخ صدور المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 المحدد لكيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، والشكل الموالي يلخص وضعية الاستثمارات السياحية في الجزائر لنفس الفترة:

الشكل رقم (32): وضعية الاستثمارات السياحية للفترة 2015-2020



المصدر: من إعداد الباحثة الاعتماد على معطيات الجداول السابقة (45)،(46)،(47)،(48).

الشكل رقم (32) يوضح أنه رغم سعي الحكومة في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 التي ترمي إلى الرفع من طاقات الإيواء لسد الفجوة بين العرض والطلب السياحي، إلا أن حجم المشاريع الاستثمارية المنجزة كانت ضئيلة كل سنة حيث سجلت أعلى نسبة لها سنة 2016 بـ 6.61% من الحجم الإجمالي للمشاريع، وهي نسبة تبقى بعيدة جدا عن الرؤية التنموية للقطاع السياحي حيث تبقى المشاريع غير المنطلقة والمشاريع المتوقفة هي المشهد القائم الذي سبب عجزا كبيرا في تلبية الطلب السياحي وأثر على سوق العمل في الجزائر.

في حين توزيع طاقات الإيواء حسب فئة التصنيف للفترة 2015-2020 فهي موزعة في الجدول

رقم (49) كالتالي:

الجدول رقم (49): توزيع طاقات الإيواء حسب فئة التصنيف (2015-2020)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
فندق 5*	4242	6734	6734	6734	7234	7345
فندق 4*	1800	2810	4508	4746	6161	6824
فندق 3*	5829	7045	5678	5886	6427	6861
فندق 2*	4605	4425	4565	5185	5381	5995
فندق 1*	11295	11295	11335	11684	12612	12724
فندق غير مصنف	8533	8533	8533	8590	9456	9456
إقامة سياحية 2*	384	384	384	384	384	384
إقامة سياحية 1*	313	313	313	313	313	313
موتيل نزل طريق 2*	93	93	93	93	93	93
موتيل نزل طريق 1*	30	30	30	30	86	86
نزل ريفي 2*	16	16	16	16	16	16
نزل ريفي 1*	20	20	20	20	20	20
قرية عطل 3*	274	274	274	274	274	274
نزل مفروش "وحيد الصنف"	91	91	91	91	205	205
نزل عائلي "وحيد الصنف"	426	426	426	426	426	426
هياكل أخرى موجهة للفندقة	9381	9381	9381	9786	9984	9984
محطة الاستراحة "وحيدة الصنف"	170	170	170	170	170	170
مجموع المؤسسات المصنفة	47502	52040	52551	54428	59242	61176
مؤسسات فندقية في طريق التصنيف	54742	55380	59713	64727	66434	66438
المجموع	102244	107420	112264	119155	125676	127614

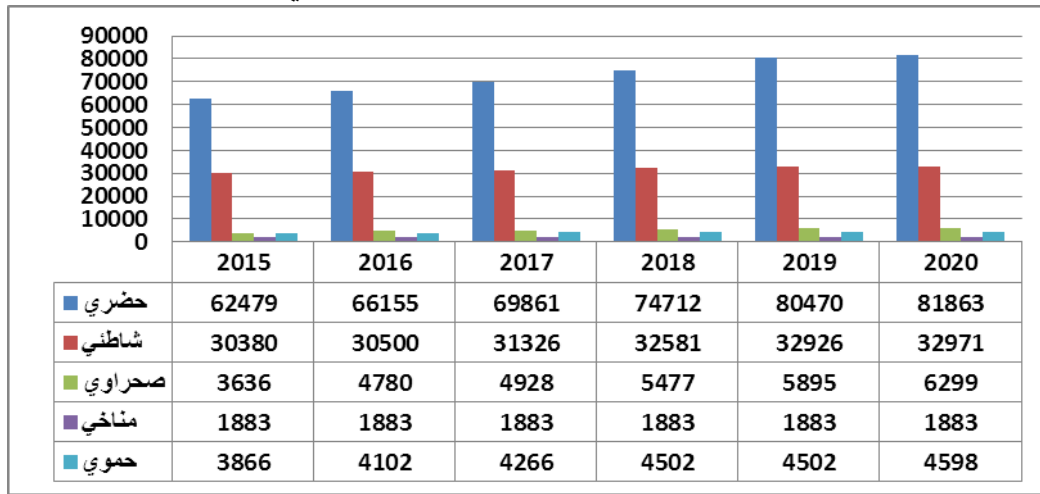
Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Opcit.

أرقام الجدول رقم (49) أعلاه تبين أن طاقات الإيواء عرفت ارتفاعا من 102 244 سرير عام 2015 إلى 127 614 سرير عام 2020، كما يوضح أيضا أن سعة الاستقبال تتمركز في المؤسسات الفندقية غير المصنفة والتي ارتفعت من 54 742 سرير سنة 2015 إلى 66 438 سرير سنة 2020، ثم تأتي الفنادق ذات نجمة واحدة حيث ارتفعت بها طاقات الإيواء من 11 295 سرير سنة 2015 إلى 12 724 سرير سنة 2020 ثم الفنادق ذات خمسة نجوم بطاقة استيعاب من 4242 سرير إلى 7345

سريير عام 2020، وفي المرتبة الرابعة الفنادق ذات ثلاثة نجوم أما المرتبة الخامسة والسادسة ترجع إلى الفنادق ذات الأربع نجوم ونجمتين التي تأتي متقاربة في سعة الاستقبال، والارتفاع المسجل في طاقات الايواء بالفنادق خمسة نجوم يفسر استدراك النقائق التي كانت في السنوات الماضية لتتماشى ومخطط جودة السياحة الذي يأخذ بعين الاعتبار السياحة الوافدة لجلب العملة الصعبة، حيث تبقى تنمية المرافق والخدمات السياحية في الجزائر ضرورية لتحسين العرض السياحي والمرافقة في عمليات العصرية والتوسيع والاستفادة من أدوات الدعم وتأمين أفضل تسويق للمنتج السياحي.

أما تطور طاقات الإيواء حسب الطابع فيمكن إبرازها من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (33): تطور طاقات الايواء حسب طابع النشاط السياحي للفترة 2015-2020

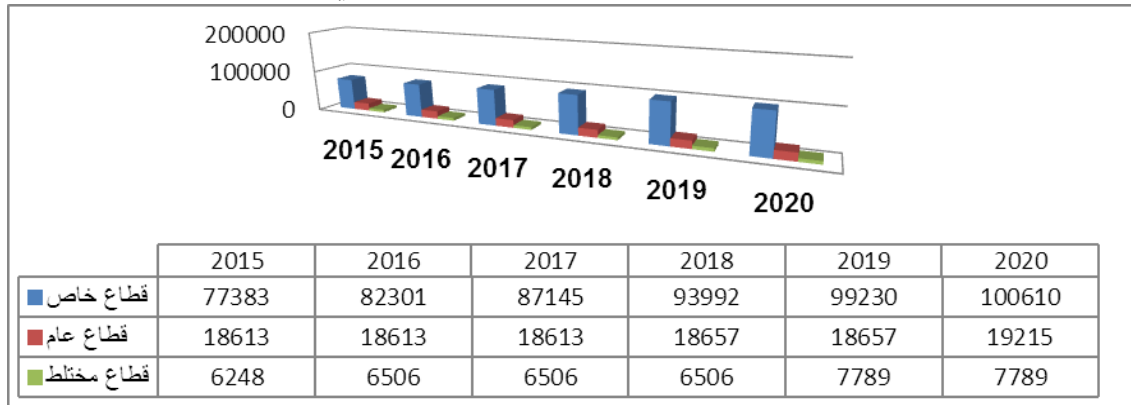


Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Opcit

الشكل رقم (33) يؤكد أن المنتج السياحي الحضري لازال الأعلى نسبة منذ التسعينيات حيث زادت هذه النسبة أين سجلت أكثر من 61% للفترة 2020-2015 وهذا نتيجة زيادة تمركز الاستثمارات الفندقية في الولايات الكبرى، تليها الفنادق الشاطئية حيث بلغت نسبتها في المتوسط 26%، في حين نلاحظ نسب متواضعة في طاقات الإيواء الصحراوية والمعدنية والمناخية حيث يتواصل عدم الاهتمام بهذا النوع من السياحة مما نتج عنه نقص في عدد الأسرة.

أما توزيع طاقات الإيواء حسب الطابع القانوني يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (34): توزيع طاقات الايواء حسب الطابع القانوني للفترة 2015-2020



Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Opcit.

الشكل رقم (34) يؤكد تمركز طاقات الإيواء للفترة 2015-2020 في القطاع الخاص مما يبين جهود الدولة الرامية إلى تشجيع الاستثمارات السياحية الخاصة، حيث ظلت عدد الأسرة من نصيب الاستثمارات الخاصة بنسبة 81% من إجمالي طاقة الإيواء على حساب الاستثمارات العامة التي كانت بنسبة 16% أما المختلطة تمثل طاقة الإيواء فيها نسبة 0.03%، مما يؤكد على انتهاج الحكومة لسياسة الانفتاح الاقتصادي.

المبحث الثاني: تقييم مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في إطار التنمية المستدامة

تسعى الجزائر للانفتاح الاقتصادي على العالم من خلال سن قوانين وتشريعات أكثر مرونة وتحفيزا للاستثمار السياحي خاصة بعد التعديلات الأخيرة عام 2020 التي مست قانون الاستثمار، وقد أولت الجزائر اهتماما بالغا للبيئة كخيار استراتيجي لتحقيق تنمية مستدامة والتحول نحو اقتصاد أخضر باعتماد على مجموعة من التدابير والأطر القانونية لتفعيل الاستدامة، والحد من الآثار السلبية للاستثمارات، حيث شهد التشريع البيئي تطورات عرفت عدة قوانين تمت المصادقة عليها في إطار حماية البيئة في الجزائر سنتناولها بالتفصيل في هذا المبحث.

المطلب الأول: واقع قوانين الاستثمار في الجزائر (1963-2020)

نظرا للأهمية البالغة للاستثمارات ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، فقد سنت الجزائر ترسانة من القوانين التي تحكم الاستثمار وتسهل عمله في إطار احترام البيئة.

أولا- قوانين الاستثمار بعد الاستقلال (1963-1966):

بعد سنة واحدة من الاستقلال بدأت الجزائر في سن أول قانون للاستثمار ويعتبر القانون رقم 277/63 المؤرخ في 26 جويلية 1963 أول قانون يتناول الاستثمارات الأجنبية في الجزائر بمجموعة من الضمانات يقدمها للمستثمرين الأجانب تمثلت في:¹

- 1- حرية الاستثمار للأشخاص المعنويين والطبيعيين الأجانب؛
- 2- حرية التنقل والإقامة بالنسبة لمستخدمي ومسيري المؤسسات المنشأة عن طريق اتفاقية؛
- 3- المساواة أمام القانون، لا سيما المساواة الجبائية؛
- 4- امتيازات خاصة بتحويل الأموال 50% من الأرباح الصافية والتحويل الحر للأموال المتنازل عليها.

إلا أن هذا القانون باء بالفشل وللحد من تزايد تسرب رؤوس الأموال الخارجية اهتدت الجزائر إلى سن قانون 66-284 المؤرخ في 02 سبتمبر 1966 المتضمن قانون الاستثمار للقطاع الوطني والأجنبي، وذلك تطبيقا لتعليمات مجلس الثورة، ومن أهم ما جاء به هذا القانون:²

¹ أسماء حدادنة، "الاستثمار الحقيقي خارج قطاع المحروقات في الجزائر والتنمية المستدامة"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017-2018، ص 165.

² أسماء حدادنة، المرجع نفسه، ص 166.

- احتكار الدولة للاستثمار في القطاعات الحيوية، ويمكن للرأسمال الخاص الوطني أو الأجنبي الاستثمار في القطاعات الأخرى فالمستثمر الخاص الذي يريد أن يستثمر في الصناعة أو السياحة لا بد عليه أن يحصل على اعتماد مسبق من قبل السلطات؛
- منح الامتيازات والضمانات للمستثمرين وفق ثلاث اعتمادات محددة في القانون: اعتمادات ممنوحة من طرف الوالي، من طرف أمانة اللجنة الوطنية للاستثمارات، من قبل وزير المالية والوزير التقني المعني بالقطاع.

إلا أن حجم الاستثمارات الأجنبية كانت محدودة تتعلق فقط بالشركات المختلطة ولم تجلب أي خبرات معرفية ولم تعمل على نقل التكنولوجيا للجزائر طيلة الفترة 1966-1982.

ثانيا- قوانين الاستثمار في الثمانينات (1982 -1988):

سنوات الثمانينات عرفت منعرجا جديدا في السياسة الاستثمارية للجزائر أين أعادت الاعتبار لمساهمة رأسمال الأجنبي والخاص، حيث سمح القانون 82-11 المؤرخ في 21 أوت 1982 المتعلقة بالاستثمار الاقتصادي الوطني الخاص كما أوضح هذا القانون الميادين التي يمكن تطوير أنشطة القطاع الخاص الوطني فيها: كصناعة التجهيزات الصغيرة ونشاطات التوزيع الصناعي، الصناعات الصغيرة والمتوسطة الموجهة للاستهلاك العائلي، وأيضا قطاع الصيد البحري والبناء والشغال العمومية، والنقل والسياحة والفندقة، أما القانون 82-13 المؤرخ في 28 أوت 1982 فهو يتعلق بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصاد في إطار المخطط الوطني للتنمية بشراكة بين رأسمال الأجنبي بنسبة 49% ومؤسسات القطاع العام بنسبة 51%، أي أن الاستثمارات الأجنبية لا تتجز في الجزائر إلا في إطار شركات مختلطة الاقتصاد..

حيث ترى الدولة من خلال القانون 82-13 نظام الشركات المختلطة الاقتصاد هو أسلوب فعال لنقل التكنولوجيا، ويمكن الدولة من الرقابة على المستثمرين الأجانب، كما أعطى هذا القانون جملة من الامتيازات والضمانات للاستثمارات الخاصة والأجنبية أهمها:¹

- إعفاء من دفع حق التنازل بمقابل عن كل المشتريات العقارية الضرورية لعملها؛
 - الإعفاء من الضريبة العقارية مدة 5 سنوات ابتداء من تاريخ شراء الملك المعني؛
 - الإعفاء من الضريبة على الأرباح الصناعية والتجارية مدة السنوات الثلاثة الأولى من الاستغلال وتخفيض قدره 50% من السنة الرابعة و25% من السنة الخامسة من الحاصل الجبائي؛
 - تقديم قروض للمستثمرين الخواص تفوق نسبة 30% من مبلغ الاستثمار المرخص به.
- لكن يبقى القانون رقم 82-13 لا يشجع المستثمرين الأجانب بقدر ما ينفهم، لأنه يضع على عاتقهم جملة من الالتزامات أهمها أنه يحرمهم من حقوقهم في تحويل أرباحهم ويجبرهم على حل نزاعاتهم

¹ - القانون رقم 82-13 المؤرخ في 28 أوت 1982 المتعلقة بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصاد وسيرها، المعدل والمتمم بالقانون 86-13 المؤرخ في 19 أوت 1986، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35، الصادرة في 31 أوت 1986،

أمام المحاكم الجزائرية فقط وهذا ما لا يتماشى مع رغبة المستثمر، وفي ظل هذه المعطيات قام المشرع الجزائري بتعديل هذا القانون وجعله محفزا من خلال القانون 86-13 المؤرخ في 19 أوت 1986 الذي أعطى للمستثمر الأجنبي تسهيلات جديدة أهمها اتخاذ القرارات وتحويل الأموال للخارج¹، لكن الشيء الملاحظ هو أنه رغم الامتيازات العديدة التي منحت للمستثمر الأجنبي في إطار هذا القانون إلا أنه لم يعمل على جذب الاستثمارات الأجنبية إذ لم يتم تسجيل إلا 10 شركات خلال عشر سنوات ويعود السبب الرئيسي في عزوف الأجانب عن الاستثمار في الجزائر بسبب بطئ الإجراءات الإدارية (البيروقراطية)² وفي 12 جويلية 1988 تم إصدار القانون رقم 88-25 المتعلق بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية والذي أدى إلى ظهور المؤسسات الاقتصادية ويعتبر هذا القانون بمثابة اعتراف وتأكيد من السلطات العمومية بأهمية الدور الاقتصادي للقطاع الخاص، وقد سجلت الفترة 1983-1986 أن أكبر حجم أعطي للاستثمارات كان من نصيب قطاع السياحة والفندقة بنسبة 15.8 من مجموع الاستثمارات المصادق عليها.³

ثالثا- قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض:

إن صدور قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض والمؤرخ في 14-04-1990 كان منعطفًا حاسمًا فرضه اقتصاد السوق لإصلاح وإنعاش القطاع المصرفي الجزائري خاصة مع توقيع الجزائر لبرنامج التعديل الهيكلي مع صندوق النقد الدولي وأهم ما طرحه هذا الاتفاق هو الحد من تدخل الدولة وفسح المجال للقطاع الخاص في عملية التنمية، ووفقا لقانون النقد والقرض خول لبنك الجزائر مسؤولية مراقبة البنوك التجارية في منح القروض ومحااربة التضخم والترخيص للاستثمارات الأجنبية وكذا إلغاء التمييز بين القطاعين العام والخاص مع حرية الاستثمار وحرية تحويل رؤوس الأموال بعد تأشيرة بنك الجزائر في مدة شهرين، كما أن منح رخصة الاستثمار في المصارف (شروط فتح مصارف أجنبية في الجزائر) يبقى من صلاحيات مجلس النقد والقرض الذي يبيت في الملف في أجل شهرين بالقبول أو الرفض⁴.

ويعتبر قانون النقد والقرض القاعدة الأساسية للإصلاحات الاقتصادية في الجزائر حيث تناول جميع المسائل المتعلقة بالنقد والقرض وتنظيم سوق الصرف، وحركة رؤوس الأموال، وترقية الاستثمار الأجنبي، كما يسمح هذا القانون سواء للمقيمين أو غير المقيمين بالاستثمار المباشر في الجزائر وفقا لأحكام المادة 181 و182 من القانون 90-10.

¹ - المادة 5، القانون رقم 86-13 المؤرخ في 19 أوت 1986 يعدل ويتم القانون رقم 82-13 المؤرخ في 28 أوت سنة 1986 المتعلق بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصاد وسيرها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 1476، الصادرة 28 أوت 1986.

² - ناجي بن حسين، "دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر"، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص 115.

³ - أسماء حدادنة، مرجع سابق، ص 167.

⁴ - الجريدة الرسمية لجمهورية الجزائرية، العدد 16، 23 رمضان 1415، الموافق لـ 18-04-1990.

كما لم ينص قانون 90-10 على أي امتيازات جديدة للاستثمار سوى تلك السارية المفعول في القانونين السابقين قانون 82-13 وقانون 86-13
رابعا- قانون ترقية الاستثمار سنة 1993:

جاء هذا القانون لإلغاء كل القيود التي ميزت القوانين السابقة لا سيما المتعلقة منها بالقانون 82-13¹، وفي ظل هذا القانون يعامل المستثمر الأجنبي نفس المعاملة التي يحظى بها المستثمر الوطني أي ما يعرف بمبدأ المعاملة الوطنية، و يتمثل هذا القانون في المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بتطوير وترقية الاستثمار في الجزائر، حيث لم يعد هناك أي تمييز بين الاستثمار العام والخاص أو بين المستثمر المقيم وغير المقيم، وهذا ما جاء في نص المادة 38 الفقرة 1 من هذا المرسوم « يحظى الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الأجانب بنفس المعاملة التي يحظى بها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الجزائريون من حيث الحقوق والالتزامات فيما يتصل بالاستثمار»، ومن أهم مبادئه ضمان تحويل رؤوس الأموال والفوائد الناجمة عنها مع إمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة النزاعات، مع حرية الاستثمار في جميع القطاعات ما عدا تلك التي تعتبر استراتيجية للدولة.

كما أن الجزائر لا تكتفي بتكريس مبدأ المعاملة الوطنية للمستثمرين الأجانب، بل تسهر على التأكد من مدى تطبيقه وإعماله من طرف السلطات العمومية المختصة بذلك، وتراقب مدى احترامها للقواعد والالتزامات المتبادلة والمبرمة في الاستثمار الأجنبي وذلك عبر كل مراحل الاستثمار من خلال استحداث وكالة ترقية ودعم الاستثمار (APSI)² L'agence de de soutien et des investissements promotion

هذه الوكالة التي تأسست في 17 أكتوبر 1994 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-319، إذ يتميز أسلوب عملها بالتحرك الدائم للترويج والتعريف بمناخ الاستثمار في البلاد، وإعداد الملفات الخاصة بالفرص الاستثمارية وعرضها على المستثمرين ومساهمة الشباك الموحد لتسهيل الإجراءات وتسليم الوثائق المطلوبة³، وقد خصت الاستثمارات وفقا لهذا القانون بعدة امتيازات تختلف تبعا للنظام الذي تنتمي إليه النظام العام، نظام المناطق الخاصة، نظام المناطق الحرة، نظام الجنوب الكبير.

خامسا- قانون تطوير الاستثمار سنة 2001:

صدر الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 الخاص بتطوير الاستثمار كآلية لاستحداث مجالات نشاطات جديدة للاستثمار الخاص والأجنبي خاصة تلك التي كانت حكرا على الدولة، الهدف منه إنتاج سلع وخدمات في القطاعات الإنتاجية والخدماتية مع ضرورة حماية البيئة والإقليم، والجديد في

¹ - المادة 49، الفقرة 1 من المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بتطوير وترقية الاستثمار في الجزائر.

² - المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 94-319، المؤرخ في 17 أكتوبر 1994، المتضمن صلاحيات وتنظيم وسير وكالة ترقية الاستثمارات ودعمها ومتابعتها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 67، الصادرة في 1994.

³ - أسماء حدادنة، مرجع سابق، ص 169.

هذا القانون هو تطوير مفهوم الاستثمار ليشمل عمليات الخوصصة (كلية أو جزئية) مدعومة بإجراءات وأدوات قانونية أكثر فعالية بامتيازات إضافية للمستثمرين¹،

كما جاء هذا الأمر لتصحيح الاختلالات التي جاءت في المرسوم التشريعي 93-12 المتمثلة في²:

- ثقل الإجراءات البيروقراطية وتعدد مراكز القرار والنزاع حول الصلاحيات؛
- تعقد إجراءات الحصول على الوعاء العقاري لإقامة المشروع الاستثماري؛
- صعوبة الاستفادة من صيغ تمويل الاستثمارات.

كما أعطى هذا الأمر تعريفا دقيقا للاستثمار في المادة رقم 2 كمايلي³:

- ❖ اقتناء أصول تدرج في اطار استحداث نشاطات جديدة، أو توسيع قدرات إنتاج، أو إعادة هيكلة؛
- ❖ المساهمة في رأس مال مؤسسة في شكل مساهمات نقدية أو عينية؛
- ❖ استعادة النشاط في إطار خوصصة كلية أو جزئية.

ولقد مر الأمر 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 بعدة تعديلات مست بعض بنوده التي كانت تتنافى مع واقع الاستثمار في تلك الآونة، وهي كالتالي:

- ❖ الأمر 06-08 المؤرخ في 15 جويلية 2006؛
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 06-355 - 356-357 المؤرخ في 9 أكتوبر 2006؛
- ❖ المرسوم التنفيذي 07-08 المؤرخ في 11 جانفي 2007؛
- ❖ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 جويلية 2008؛
- ❖ الأمر 09-01 المؤرخ في 22 جويلية 2009 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2009؛
- ❖ القانون رقم 09-13 المؤرخ في 29 ديسمبر سنة 2010، يتضمن القانون المالية 2011؛
- ❖ القانون رقم 11-16 المؤرخ في 28 ديسمبر 2011، يتضمن قانون المالية 2012؛
- ❖ القانون رقم 12-12 المؤرخ في 23 ديسمبر 2012، يتضمن قانون المالية لسنة 2013؛
- ❖ القانون رقم 13-08 المؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2013، يتضمن قانون المالية سنة 2014؛
- ❖ القانون 14-10 المؤرخ في 30 ديسمبر 2014، يتضمن قانون المالية 2015.

سادسا-قانون الاستثمار الجديد سنة 2016:

صدر القانون رقم 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار تجسيدا لرغبة السلطات العمومية في تحسين وتسهيل الإجراءات الإدارية للإلمام بمختلف الجوانب المتعلقة بالاستثمار وتوحيد ضمانته وحوافزه، ويهدف هذا القانون إلى تحديد النظام المطبق على الاستثمارات الوطنية

¹ - الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47 الصادرة في 22 أوت 2001.

² - أسماء حدادنة، مرجع سابق، ص 17.

³ - ناجي بن حسين، مرجع سابق، ص 117.

والأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات¹، كما جاء هذا القانون حاملا لتطورات ملحوظة وإجراءات أكثر تناسقا وذات منفعة أكثر للمستثمرين الأجانب وتعديلات تهدف إلى تحرير الاستثمار من القيود والمعوقات الإدارية.

فقد أوجب على المستثمر ضرورة قيامه بالإجراءات الشكلية والتنظيمية أهمها نظام تسجيل الاستثمار لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار²، عوضا عن الترخيص أو الاعتماد الذي كان معمولا به في القوانين السابقة الذي كان يتطلب إجراءات إدارية مكثفة ومعقدة، حيث أصبح التسجيل يتعلق بالقيود في السجل التجاري والقيود الجبائي والخضوع للنظام الجبائي فقط، والهدف من تسجيل الاستثمار تقديم بطاقة تعريف للمستثمر أو الممثل القانوني للشركة، حيث يترجم التسجيل نية واردة المستثمر في التجسيد الفعلي للمشروع، ومن ثم يمكن له طلب الحصول على المزايا، التي حددها هذا القانون بصورة جديدة وفق ثلاث مستويات (في القوانين السابقة كانت المزايا ذات طابع دوري):

- 1) المزايا المشتركة للاستثمارات المؤهلة: تتمثل في الحوافز الجبائية التي تمنحها الدولية للمستثمر سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، عام أو خاص، وطني أو أجنبي، وتمنح هذه الحوافز حسب طبيعة النشاط الاقتصادي والموقع الجغرافي لهذا النشاط سواء في مرحلة الانجاز أو الاستغلال؛
- 2) مزايا إضافية لفائدة الأنشطة المتميزة أو التي تخلق فرص عمل: تتعلق بالأنشطة السياحية، الفلاحية، الصناعية³، كما تخص المشاريع التي تخلق أكثر من مائة منصب شغل دائم والمنجزة في المناطق التي تستدعي التنمية وتستفيد هذه المشاريع من مدة إعفاء جبائي تقدر بخمسة سنوات في مرحلة الاستغلال؛
- 3) المزايا الاستثنائية ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني: هي تلك الامتيازات التي تمنح للاستثمارات التي تبرم على أساس اتفاقية متفاوض عليها بين المستثمر والوكالة ANDI التي تتصرف باسم الدولة بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار⁴، والتي تستفيد 10 سنوات إعفاء جبائي في مرحلة الاستغلال⁵.

كما حرص القانون 09-16 على توفير الحماية القانونية للاستثمارات الأجنبية وهذا من خلال الضمانات الممنوحة للمستثمرين الأجانب وذلك في الفصل الرابع من المادة 21 إلى المادة 25، فالمعاملة الوطنية للأجانب التي تم دحضها من طرف منظومة ضبط الاستثمارات الأجنبية المباشرة الموضوعة منذ 2009 تم استبدالها بمبدأ المعاملة المنصفة والعادلة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة باستثماراتهم مع مراعاة أحكام الاتفاقيات الثنائية والجهوية والمتعددة الأطراف الموقعة

¹ المادة رقم 1 من القانون رقم 09-16 المؤرخ في 3 أوت 2016، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 46، 3 أوت 2016.

² المادة رقم 4 من القانون رقم 09-16، المصدر نفسه.

³ المادة رقم 15 من القانون رقم 09-16، المصدر نفسه.

⁴ المادة رقم 17 من القانون رقم 09-16، المصدر نفسه.

⁵ المادة رقم 18 من القانون رقم 09-16، المصدر نفسه.

من قبل الدولة الجزائرية¹، كما راح المشرع الجزائري إلى أبعد من ذلك في الضمانات محاولاً طمأنة المستثمر الأجنبي بأنه في حال تعديل هذا القانون أو إلغائه مستقبلاً فإن آثاره لن تسري عليه سواء تعلق الأمر بالالتزامات أو المزايا²، وهذه المادة تعبر صراحة عن تعهد الدولة الجزائرية بتثبيت النظام القانوني الذي يحكم الاستثمارات الأجنبية.

على كل حال أضاف هذا القانون الكثير من الإعفاءات والامتيازات والحوافز الجبائية والشبه جبائية للمستثمرين الوطنيين والأجانب سواء في مرحلة الانجاز أو في مرحلة الاستغلال، كما أعاد توجيه بعض التدابير وتكييف أو إلغاء أخرى، منها إلغاء الأمر 01-03 باستثناء أحكام المواد 6، 18، 22 منه، كما ألغى أحكام المادة 55 من القانون رقم 13-8 المؤرخ في 30 ديسمبر 2013 المتضمن قانون المالية سنة 2014³، نص المادة «يستفيد من الامتيازات الجبائية وشبه الجبائية التي يقرها المجلس الوطني للاستثمار مع احترام قاعدة تقسيم رأسمال 51-49% كل استثمار أجنبي بالشراكة يساهم في تحويل المهارات نحو الجزائر أو إنتاج السلع في إطار نشاط منجز بالجزائر بمعدل اندماج يفوق 40%»⁴، وهذا نتيجة سحب قاعدة 51/49 لتؤطر بعدها في قانون المالية التكميلي لسنة 2020.

سابعا-التعديل الجديد لقوانين الاستثمار سنة 2020:

جاء مشروع قانون المالية التكميلي لسنة 2020 بمجموعة من التشريعات التي تبحث عن مصادر جديدة للتمويل، من خلال التعديلات التي مست أهم الجوانب التي كانت تشكل عائقاً أمام الاستثمار الأجنبي والتي جعلت من مناخ الاستثمار منذ سنة 2009 مناخاً غير مستقطب للاستثمارات الأجنبية المباشرة مقارنة بدول جارة لا ترقى مؤهلاتها إلى مستوى المؤهلات الطبيعية والمادية للجزائر، لهذا عمدت الجزائر إعادة النظر في بعض البنود الخاصة بقانون الاستثمار 2016 لفتح المجال كاملاً أمام الاستثمارات الأجنبية، ومن أهمها:

1- إلغاء القاعدة الاستثمارية 51/49: لقد تم إلغاء قاعدة 51/49 ضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020 على عدد من القطاعات في خطوة لتشجيع وتفعيل الاستثمار واستقطاب رؤوس الأموال الأجنبية، ويعتبر إلغاء هذه القاعدة رؤية اقتصادية هادفة، وقد فصلت الحكومة في القطاعات الإستراتيجية المعنية باعتماد قاعدة الاستثمار 51/49 وهي⁵:

(1) قطاع المحروقات وقطاع المناجم: استغلال المجال المنجمي الوطني وكل الموارد الباطنية والسطحية ذات الصلة بنشاط الاستخراج تحت الأرض وفوقها فهي نشاط إستراتيجي باستثناء المحاجر والركام؛

¹ - المادة 21 من القانون رقم 16-09، مصدر سابق.

² - المادة 22 من القانون رقم 16-09، المصدر نفسه.

³ - المادة 37 من القانون رقم 16-09، المصدر نفسه.

⁴ - المادة 55 من القانون رقم 13-8 المؤرخ في 30 ديسمبر 2013، المتضمن قانون المالية سنة 2014.

⁵ - مشروع قانون المالية التكميلي لسنة 2020، الجريدة الرسمية رقم 33، المؤرخة في 04 يونيو 2020.

(2) كل النشاطات التي ينظمها قانون المحروقات تعتبر إستراتيجية أيضا، وعلى وجه الخصوص نشاط المنبع في قطاع الطاقة إضافة إلى استغلال شبكة توزيع الطاقة الكهربائية عبر الكوابل والمحروقات الغازية والسائلة عبر القنوات الباطنية والسطحي؛

(3) الصناعات ذات العلاقة بالصناعات العسكرية التي تقع تحت وصاية وزارة الدفاع الوطني تعد ضمن القطاعات الاستراتيجية المعنية بقاعدة الاستثمار 51/49، وخطوط السكك الحديدية والموانئ والمطارات والصناعات الصيدلانية.

باستثناء هذه الأنشطة الإستراتيجية فإن كل الاستثمارات المرتبطة بتصنيع المنتجات الأساسية المبتكرة ذات القيمة المضافة العالية والتي تتطلب تكنولوجيا معقدة، أو أي نشاط آخر متعلق بإنتاج السلع والخدمات فهي استثمارات مفتوحة أمام المستثمر الأجنبي دون الالتزام بالشراكة مع طرف محلي، حيث تعتبر الحكومة المشاركة الكاملة للاستثمار الأجنبي المباشر طريق للشفافية في ملكية رأس المال، مما يعني التزاما حقيقيا من المستثمر الأجنبي والسماح له باتخاذ القرار الاستراتيجي من أجل نقل حقيقي للتكنولوجيا وضمان القدرة التنافسية في الأسواق الوطنية والدولية، ومن جهة أخرى فتطبيق القاعدة 51/49 لم يكن لها أي نفع للاقتصاد الوطني، كونها فتحت المجال لمنح قروض بالملايير لرجال أعمال محليين حولوها إلى جهات أخرى، ما يعني أن الخزينة العمومية كانت الخاسر الأول من تطبيق هذه القاعدة.

2- إلغاء حق الشفعة: يعتبر إلغاء حق الشفعة الذي تمارسه الدولة في حال تنازل شريك أجنبي عن أسهمه من أهم القرارات التي جاء بها قانون المالية التكميلي سنة 2020، وتعتبر الحكومة أن إلغاء هذا الحق الذي أعاق ظهور سوق للأوراق المالية في الجزائر (بسبب الحد الأقصى للتفاوض الحر)، أصبح اليوم ضرورة لبناء صورة جديدة لجاذبية مناخ الاستثمار في بلادنا من حيث الاستثمار الأجنبي المباشر وحرية ريادة الأعمال.

ومع ذلك، يقترح مشروع القانون الاحتفاظ بحق النظر في مسار عمليات التنازل عن حصص من رأس المال هيئة خاضعة للقانون الجزائري التي تمارس في أحد الأنشطة الإستراتيجية عندما يتعلق الأمر بحصص تحوزها أطراف أجنبية أخرى، ويمكن تجسيد هذا الحق في الرقابة بتفويض من الوزير الأول أو رئيس الحكومة، بالإضافة إلى ذلك يعتبر أي تنازل عن أصول طرف أجنبي غير مقيم لطرف وطني مقيم بمثابة استيراد سلعة أو خدمة.

3- إلغاء المادة 55 من قانون المالية 2016: إن إلغاء قاعدة 49/51 ليس لها أي معنى في ظل الإبقاء على المادة 55 من قانون المالية لسنة 2016 التي أدرجت إلزامية تمويل الاستثمارات الأجنبية باللجوء إلى التمويلات المحلية حيث يعفي هذا التمويل المستثمرين الأجانب من جلب أموالهم إلى الجزائر وهذا حسب نص المادة 55 «يتم توفير التمويلات الضرورية لإنجاز الاستثمارات الأجنبية المباشرة أو

بالشراكة باستثناء تشكيل رأس المال بصفة عامة عبر اللجوء إلى التمويل المحلي»¹، لهذا تم في قانون المالية التكميلي لسنة 2020 إلغاء هذه المادة، حيث يعد هذا الإلغاء ضروريا لانفتاح البلد على الاستثمارات الأجنبية الجادة والتي تمتلك رؤوس أموال خاصة.

المطلب الثاني: قوانين حماية البيئة في الجزائر في ظل التنمية المستدامة

تعتبر مشكلة سوء استخدام الموارد الطبيعية وما تتركه من آثار على البيئة واستنزاف للمقومات الأساسية من كبرى المشكلات التي يواجهها عالمنا المعاصر، فوتيرة استغلال هذه الموارد قد تزايدت بشكل كبير خلال القرون الماضية حتى بلغت ذروتها في القرن الحادي والعشرون فأفسدت قدرتها على التجديد التلقائي وأخلت بالتوازن الطبيعي للحياة وجعلت الأنشطة الاستثمارية لا تضع الاعتبارات البيئية في حساباتها فأثارت القلق حول الحفاظ على المكتسبات لكي تستفيد منها الأجيال المقبلة، حيث بات جليا بأن معضلات البيئة لا يمكن حلها إلا بالوسائل القانونية، وهكذا أدرك الفكر القانوني مدى الحاجة إلى تنظيم قانوني لحماية البيئة.

وعلى هذا حظيت القضايا البيئية باهتمام واسع على مستوى التشريع الداخلي للدولة الجزائرية، وقد تبلور هذا الاهتمام في شكل نصوص قانونية تركز الحماية القانونية لكل العناصر البيئية والمواقع السياحية الطبيعية وتضع التدابير الوقائية اللازمة للحفاظ عليها، لكن هذه التدابير لم تحل دون الإضرار بالبيئة وهذا ما فرض ضرورة اللجوء إلى الشق الردعي من خلال تبني المشرع الجزائري للمسؤولية الجزائية والمدنية عن التدهور البيئي الحاصل كآلية لتنفيذ الحماية القانونية لها، فقد صدرت عدة مراسيم تحاول كلها الحد من الاعتداءات على البيئة وحمايتها بشتى الطرق سواء كانت بيئة صناعية أو حضرية أو ساحلية أو حتى التنوع البيولوجي، كما توالت الوزارات والإدارات لما تستحقه البيئة من اهتمام.

أولا- قانون رقم 01-19 المتعلق بتسيير النفايات:

يعتبر القانون رقم 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 أول إطار قانوني ينظم تسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها، ويرتكز هذا القانون على المبادئ التالية:²

- الوقاية والتقليل من إنتاج وضرر النفايات من المصدر؛
- تنظيم فرز النفايات وجمعها ونقلها ومعالجتها؛
- تثمين النفايات بإعادة استعمالها أو برسكلتها؛
- المعالجة البيئية العقلانية للنفايات؛
- إعلام وتحسيس المواطنين بأخطار النفايات وآثارها على الصحة والبيئة.

¹ - المادة 55 ، القانون رقم 15-18 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015 ، المتضمن قانون المالية 2016، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 72، الصادرة بتاريخ 31 ديسمبر 2015.

² - المادة رقم 2 من القانون 01-19 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتسيير النفايات ومراقبتها وإزالتها، الجريدة الرسمية، العدد 77، الصادرة في 15 ديسمبر 2001.

كما أعطى هذا القانون مفهوما دقيقا للنفايات حيث عرفها بأنها "كل البقايا الناتجة عن عمليات الإنتاج أو التحويل أو الاستعمال والتي تشمل: النفايات المنزلية، النفايات الضخمة، النفايات الخاصة (الناتجة عن الاستثمارات الصناعية والزراعية والصحية ومختلف الخدمات)، النفايات الخاصة الخطرة، النفايات الهامدة (الناتجة عن المحاجر والمناجم والبناء والترميم)"¹.

كما ينشأ مخطط وطني لتسيير النفايات ويخضع نقلها إلى ترخيص من الوزير المكلف بالبيئة بعد استشارة الوزير المكلف بالنقل².

ثانيا- القانون رقم 02-02 المتعلق بحماية الساحل:

تواجه السواحل الجزائرية في شقها البري مشكلة التعمير العشوائي والغزو المستمر للخرسانة المسلحة الشيء الذي ألحق أضرارا وخيمة ببيئتها الطبيعية وفضاءاتها المحمية واستهلك جزءا كبيرا من وعائها العقاري، كما أدى إلى تراجع فطيم لخط الشاطئ وإتلاف خطير للتراث الإيكولوجي، والسياحي والاقتصادي، إذ تعتبر الأنظمة البيئية الرملية الساحلية أول ضحية للضغط العمراني الساحلي الذي أثر سلبا على القيم الجمالية بالهندسة المعمارية الرديئة جدا وغير المتناغمة مع هوية الساحل³، وفي إطار تسيير اقتصادي للأراضي لتحقيق التوازن بين السكن، الفلاحة والصناعة والسياحة كرس المشرع الجزائري آليات قانونية لحماية الساحل من خلال القانون رقم 02-02 المؤرخ في 5 فبراير 2002 المتعلق بحماية الساحل وتثمينه قصد استعادة المصطافين منها في السياحة والاستجمام، حيث اشتمل هذا القانون على إجراءات وقائية وأخرى علاجية في إطار الرقابة القبلية والبعدية كما يلي⁴:

- 1- حماية الساحل في إطار القواعد العامة للأماكن العمومية الوطنية، للمحافظة على نقاء وجاذبية الشواطئ واستدامة المناظر الطبيعية الخلابة المجاورة لها، كالغابات والصخور والكتبان الرملية؛
- 2- حماية الساحل في إطار قواعد البناء والتعمير، كون الساحل ينتمي إلى المناطق ذات الطابع الإيكولوجي، الطبيعي، الثقافي والسياحي فهو مصنف ضمن وثائق تهيئة الساحل كمساحات مصنفة خاضعة لارتفاقات منع البناء عليها، لهذا تتم كفييات شغل الأراضي وإنجاز البناءات في الفضاءات الساحلية على أساس دراسة تدعى دراسة تهيئة الساحل؛
- 3- أوجب المشرع الالتزام بتطوير الأنشطة مع شغل الفضاء على نحو اقتصادي بما لا يتسبب في تدهور الأوساط البيئية الهامة سواء النباتية أو الحيوانية التي يزخر بها هذا الإقليم من خلال منع البناء على المنطقة الساحلية الذي يكون عموديا أو أفقيا بحظر التوسع الطولي للمحيط العمراني للمجمعات السكانية الموجودة على الشريط الساحلي على مسافة تزيد عن 3 كلم من الشريط

¹ - المادة رقم 2، المادة رقم 5 من القانون 01-19، مرجع سابق.

² - المادة رقم 24، من القانون رقم 01-19، المرجع نفسه.

³ - جسيمة غواص، "الحماية المستدامة للساحل في ظل القانون الجزائري"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة ام البوافي، عدد 46، ديسمبر 2016، ص 517.

⁴ - جسيمة غواص، المرجع نفسه، ص 518-521.

الساحلي وتشمل هذه المسافة النسيج العمراني الموجود والبنائات الجديدة، كما يمنع أيضا التوسع في مجمعين سكنيين متجاورين على الشريط الساحلي إلا إذا كانت المسافة الفاصلة بينهما تبلغ 4 كلم على الأقل من الشريط الساحلي، أما تمديد أو تعليية البنائات الواقعة على الساحل أفقيا فتتم بمراعاة علو المجمعات السكانية والبنائات الأخرى المبرمجة على مرتفعات المدن الساحلية؛

4- خطط تهيئة الشاطئ أداة محلية لتسيير مستدام للمنطقة الشاطئية حيث يهدف هذا المخطط إلى الاستعمال المستدام للثروات الساحلية والحفاظ على القدرات الإنتاجية للبيئة وتطوير مسعى مندمج من منظور التنمية الساحلية المستدامة.

ثالثا- القانون رقم 10-03 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة:

يمثل القانون رقم 10-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 أهم قانون في الجزائر يجسد لحماية أفضل للبيئة بما يتناسب ومتطلبات التنمية المستدامة ومبادئها، حيث نص في مادته الأولى على أن هذا القانون يحدد قواعد حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، كما حدّد بشكل مفصل مكونات النظام البيئي في مادته الرابعة من مكونات حية (الإنسان، الحيوان، النبات) ومكونات غير حية (المياه، الأرض وباطن الأرض، الهواء، الأوساط الصحراوية)¹، وحدد أيضا مقتضيات هذه الحماية البيئية في بابه الثالث بخمسة فصول، هذا بالإضافة إلى الآفاق التي يهدف إلى تحقيقها مثلما ورد في المادة الثانية وهي:²

- تحديد المبادئ الأساسية وقواعد تسيير البيئة؛
- ترقية تنمية وطنية مستدامة بتحسين شروط المعيشة، والعمل على ضمان إطار معيشي سليم؛
- الوقاية من كل أشكال التلوث والأضرار الملحقة بالبيئة بضمان الحفاظ على مكوناتها؛
- إصلاح الأوساط المتضررة؛
- ترقية الاستعمال البيولوجي العقلاني للموارد الطبيعية المتوفرة، وكذلك استعمال التكنولوجيات الأكثر نقاء؛
- تدعيم الإعلام والتحسيس ومشاركة الجمهور ومختلف المتدخلين في تدابير حماية البيئة.

كما جاءت المادة الثالثة تكرر المبادئ عامة التي يجب احترامها والعمل بها، وهي كالتالي:³

- مبدأ المحافظة على التنوع البيولوجي عند القيام بأي نشاط؛
- مبدأ عدم تدهور الموارد الطبيعية؛
- مبدأ النشاط الوقائي وتصحيح الأضرار البيئية بالأولوية عند المصدر؛

¹ - المادة رقم 4 من القانون رقم 10-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، الصادر في الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 43، الصادرة في 30 جويلية 2003.

² - المادة رقم 2، القانون رقم 10-03، المرجع نفسه.

³ - المادة رقم 3، القانون رقم 10-03، المرجع نفسه.

- مبدأ الاستبدال (استبدال نشاطات مضرّة بالبيئة بأخرى أقل ضررا) ومبدأ الإدماج بمعنى دمج كل الترتيبات المتعلقة بحماية البيئة في البرامج والخطط التنموية لكل القطاعات؛
- مبدأ الحيطة، الإعلام والمشاركة، مبدأ الملوث يدفع.
- وهي كلها إجراءات وقائية، علاجية، ردعية تتعلق بحماية البيئة في إطار تنموي مستدام.
- وتجدر الإشارة إلى أنه قد ورد في الفصل الرابع من هذا القانون نظام تقييم الآثار البيئية أو ما يسمى بدراسة التأثير في كل مشاريع التنمية والمصانع وبرامج البناء والتهيئة التي تؤثر على البيئة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بشكل فوري أو لاحق¹.
- ويجب أن تتضمن دراسة التأثير عرضا عن النشاط المزمع القيام به، ووصف الحالة الأصلية للموقع وبيئته اللذين قد يتأثرا بهذا النشاط².
- وصف التأثير المحتمل على البيئة وعلى صحة الإنسان، والحلول البديلة المقترحة.
- عرض عن آثار هذا النشاط على التراث الثقافي وتأثيراته على الظروف الاجتماعية والاقتصادية.
- عرض عن تدابير التخفيف التي تسمح بالحد من الآثار الضارة بالبيئة والصحة أو إزالتها أو بتعويضها إن أمكن.
- وقد تواصل سن القوانين المهمة بحماية البيئة والمواقع السياحية، من أهمها:
- قانون رقم 03-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يتعلق بحماية المناطق الجبلية في إطار التنمية المستدامة.
- قانون رقم 20-04 المؤرخ في 25 ديسمبر 2004 يتعلق بالوقاية من الأخطار الكبرى وتسيير الكوارث في إطار التنمية المستدامة.
- قانون رقم 06-07 المؤرخ في 13 مايو 2007 يتعلق بتسيير المساحات الخضراء وحمايتها وتنميتها.
- قانون رقم 02-11 المؤرخ في 17 فبراير 2011 يتعلق بالمجالات المحمية في إطار التنمية المستدامة.

المطلب الثالث: الأجهزة والهيئات المكلفة بترقية الاستثمار وحماية البيئة في الجزائر

اعتمدت الجزائر على إحداث عدة أجهزة لتنظيم وتوجيه رؤوس الأموال الموجهة للاستثمار ومتابعتها مع ضرورة التأكد من مدى مطابقتها للالتزامات والتشريعات المعمول بها في إطار احترام البيئة تجسيدا لمبادئ التنمية المستدامة خاصة وأن الجزائر قامت على المصادقة على جملة من الاتفاقيات الدولية المعززة للتنمية المستدامة مثل:

- بروتوكول كيوتو؛
- التنوع البيولوجي؛
- التغيرات المناخية؛

¹ - المادة رقم 15، القانون رقم 10-03، المرجع نفسه.

² - المادة رقم 16، القانون رقم 10-03، المرجع نفسه.

- اتفاقية تقييم الأثر على البيئة.

فالمعاهدات الدولية المصادق عليها تصبح بمثابة القانون الوطني الواجب تطبيقه في الدولة الجزائرية.

أولاً- الأجهزة الإدارية للاستثمار:

من منطلق حرية الاستثمار عمد المشرع الجزائري على إنشاء مجالس وهيئات وطنية تقترح التدابير والقرارات التي من شأنها دعم الاستثمار وتشجيعه، من أهمها:

1- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI:

تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بموجب المادة 06 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل والمتمم، وقد حلت محل وكالة ترقية ودعم الاستثمار المنشأة بمقتضى المرسوم التشريعي 93-12 الذي تم إلغاؤه بالأمر المشار إليه أعلاه، وتعتبر الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي¹، مكلفة بتطوير وترقية الاستثمار ومتابعة تنفيذ قوانين الاستثمار على المستوى المركزي واللامركزي، وتشجيع المستثمرين الوطنيين والأجانب على ولوج عالم الاستثمار بالجزائر، وحددت صلاحياتها وتنظيمها وسيرها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-356 الصادر في 09 أكتوبر 2006، أما مقرها فهو الجزائر العاصمة. وبموجب المادة رقم 3 من المرسوم التنفيذي رقم 17-100 الساري المفعول أعيد تنظيم مهام الوكالة حيث تم تحديدها كما يلي:

- مساعدة ومرافقة المستثمرين خلال كل مراحل إنجاز مشاريعهم حتى ما بعد الإنجاز؛
- جمع ومعالجة المعلومة المرتبطة بالمؤسسة والاستثمار لفائدة المستثمرين ونشرها؛
- تسجيل الاستثمارات ومتابعة تقديم المشاريع وإعداد إحصائيات الانجاز وتحليلها؛
- تسهيل الترتيبات للمستثمرين بالتعاون مع الإدارات المعنية وتبسيط إجراءات وشكليات إنشاء المؤسسات وشروط استغلالها وإنجاز المشاريع مما يسمح للوكالة بالمساهمة في ترقية مناخ الاستثمار في كل جوانبه؛
- ترقية الشراكة وفرص الاستثمار عبر الإقليم الوطني وفي الخارج وتسيير المزايا طبقاً لأحكام المواد 26-35-36 من القانون 16-09 والمتعلقة بحفاظه المشاريع المصرح لها قبل نشر هذا القانون.

2- المجلس الوطني للاستثمار CNI:

تم إنشاء هذا المجلس بموجب المادة 18 من الأمر 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار، ويوضع تحت سلطة ورئاسة رئيس الحكومة، يكلف المجلس بالمسائل المتصلة بإستراتيجية الاستثمارات وبسياسة دعم الاستثمارات وبالموافقة على الاتفاقيات المنصوص عليها في المادة 12 من نفس القانون، يعد المجلس الوطني للاستثمار جهاز ذو اختصاص وطني، يضم مجموعة من القطاعات لها علاقة بمجال

¹ المادة 04 من الأمر 06-08 المعدل للأمر 01-03. المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل والمتمم، المتعلق بتطوير الاستثمار.

الاستثمار ولا يعتبر سلطة إدارية مستقلة، وأن قراراته وتوصياته لا توجه مباشرة إلى المستثمر وإنما توجه إلى السلطات الوصية لتنفيذ النصوص الخاصة بترقية الاستثمار منها الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، أما تحديد تشكيلة المجلس وتنظيمه وسيره فقد تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-355¹، حيث حددت المادة رقم 4 من هذا المرسوم أن المجلس يتشكل من الوزارات التي لها علاقة بمجال الاستثمار وهي تسعة تتمثل في: الوزير المكلف بالجماعات المحلية، الوزير المكلف بالمالية، الوزير المكلف بترقية الاستثمارات، الوزير المكلف بالتجارة، الوزير المكلف بالطاقة والمناجم، الوزير المكلف بالصناعة، الوزير المكلف بالسياحة، الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والوزير المكلف بتهيئة الإقليم والبيئة. وما يمكن ملاحظته أن إشراك الوزير المكلف بالسياحة في عضويته يؤكد اتجاه التتموي الجديد الذي تريد أن تسلكه الجزائر القائم على تنويع الاقتصاد بدءا بالاهتمام بقطاع السياحة.

كما أعطيت للمجلس الوطني للاستثمار صلاحيات ومهام واسعة نوجزها فيما يلي:

- تقييم القروض اللازمة لتغطية البرنامج الوطني لترقية الاستثمار؛
- يعالج كل مسألة ذات علاقة بالاستثمار، كتحديد المناطق المحرومة، ووضع مقاييس تحديد الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني²؛
- منح المزايا لفائدة الاستثمارات التي يساوي مبلغها أو يفوق خمسة ملايين³؛
- رسم السياسة العامة للحكومة في مجال الاستثمار مع وضع برامج تحفيزية وتشجيعية مغرية للمستثمرين تهيئ لمناخ استثماري ملائم؛
- منح إعفاءات وتخفيضات ضريبية أو تخفيضات في الرسوم للمستثمر الذي يستثمر في إطار الأنشطة الصناعية الناشئة.

وبالرغم من دور للمجلس الوطني للاستثمار في ترقية وتشجيع الاستثمارات الأجنبية إلا أنه في حصيلة نشاط الحكومة لسنة 2020 تم قرار إلغاء المجلس الوطني للاستثمار CNI وتوسيع مهام الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، نتيجة الانتقادات التي وجهت لهذا المجلس في منحه للمزايا الجمركية باعتبارها صلاحيات لا يخولها له القانون، وفي الوقت الذي يفترض أن يكون المجلس الوطني للاستثمار مخططا للسياسات العامة، إلا أنه حل محل المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في مجال التوجيهات العامة وشيئا فشيئا تدخل على مستوى البنوك إلى حد توجيه المستثمرين نحو بنوك معينة مع مبالغ و نسب محددة⁴

¹- المرسوم التنفيذي رقم 06-355، مؤرخ في 09-10-2006 المتعلق بصلاحيات المجلس الوطني للاستثمار وتشكيلته وتنظيمه وسيره، الجريدة الرسمية 64 ، الصادر في 11-10-2006 .

²- المادة 17 من القانون رقم 09-16، مرجع سابق.

³- المادة 14 من القانون رقم 09-16، المرجع نفسه.

⁴- ايكو الجيريا، الحكومة تقرر إلغاء المجلس الوطني للاستثمار وتوسيع مهام وكالة تطوير الاستثمار، 21 فيفري 2021، على الموقع:

https://www.eco-algeria.com/content_consulter_le_16-04-2021

ثانيا- الهيئات الإدارية المكلفة بحماية البيئة في الجزائر:

بعد صدور قانون حماية البيئة رقم 03-10 عرفت الهياكل المركزية المعنية بحماية البيئة الكثير من التنظيم في تسييرها لهذا المجال، وتم إنشاء وزارة تعنى بمسائل البيئة، غير أنها عرفت عدم الاستقرار من حيث صياغة تسميتها، كما تم تحيية قطاعات أخرى لها صلة بالبيئة¹، ومن أهم الهيئات الإدارية في مجال حماية البيئة في الجزائر نذكر:

1- الهيئات المركزية:

تتمثل الهيئات المركزية في الوزارة المكلفة بالبيئة والوزارات الأخرى ذات العلاقة المباشرة بالبيئة، بالإضافة إلى هيئات وطنية أخرى تأخذ شكل الوكالات والمراكز والمراصد، نوضحها فيما يلي:

1-1-وزارة البيئة: عرفت وزارة البيئة في الجزائر تغيرات كبيرة سواء على مستوى الهيكلة، أو تسمية الوزارة أو دمجها مع وزارات أخرى، كوزارة السياحة سنة 2007 حيث سميت بوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 07-173، وفي سنة 2010 أعيد تسميتها وزارة التهيئة العمرانية والبيئة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 10-149 التي امتدت إلى غاية 2012 ليعاد تسمية الوزارة بوزارة التهيئة العمرانية والبيئة والمدينة لكنها لم تدم طويلا لتعاد الصياغة من جديد سنة 2013 وتصبح وزارة التهيئة العمرانية والبيئة كما في السابق وهذا بموجب المرسوم الرئاسي رقم 13-312²، ولم يستقر هذا الاسم حتى ألحقت وزارة البيئة في التعديل الوزاري الأخير لسنة 2015 بوزارة الموارد المائية وأصبحت تسمى وزارة الموارد المائية والبيئة، وفي سنة 2017 تم استحداث وزارة البيئة والطاقات المتجددة وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 17-364، ليعاد تسميتها سنة 2020 باسم وزارة البيئة. ومهما اختلفت التسميات تبقى المهام كلها تصب في حماية البيئة ويمكن أن نوجزها فيما يلي:

- ترقية بروز الاقتصاد الأخضر والاقتصاد التدويري وتطويرهما؛
- السهر على تطبيق التنظيمات والتعليمات التقنية المتصلة بالبيئة والتنمية للمستدامة؛
- التشجيع على إنشاء جمعيات حماية البيئة ودعم أعمالها؛
- إعداد الاستراتيجيات الوطنية لتهيئة الإقليم والبيئة وتنفيذها؛
- اقتراح وتطوير الأدوات الاقتصادية المرتبطة بحماية البيئة؛
- حماية الأنظمة البيئية والحفاظ عليها وتجديدها بالتنسيق مع القطاعات المعنية الأخرى؛
- إعداد دراسات إزالة التلوث البيئي لا سيما في الوسط الحضري والصناعي؛
- ترقية وتطوير علاقات التعاون على المستوى الجهوي والدولي؛
- المبادرة بكل الأعمال المتعلقة بمكافحة لتغير المناخ والمساهمة في خفض الغازات ذات الاحتباس الحراري.

¹- ربحاني أمينة، "الحماية الادارية للبيئة في الجزائر"، أطروحة الدكتوراه في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص 96.

²- ربحاني أمينة، مرجع سابق، ص 97.

1-2- الوزارات الأخرى المعنية بالبيئة: تتوالى الهياكل الوزارية المهمة بمعالجة قضايا البيئة كل حسب اختصاصه منها:

- وزارة الصحة والسكان: نظرا للعلاقة الوطيدة بين صحة الإنسان والبيئة فتهتم هذه الوزارة بالمبادرة في اتخاذ تدابير الوقاية ومكافحة الأضرار والتلوث التي تؤثر في صحة السكان وتطبيقها.
- وزارة الاتصال والثقافة: مهمتها حماية البيئة الثقافية لذلك تم إنشاء الوكالة الوطنية للآثار وحماية المعالم والنصب التاريخية ووضعت تحت وصاية الوزير المكلف بالثقافة¹.
- وزارة الطاقة والمناجم: حيث تتكفل باستغلال الثروات الطاقوية المنجمية في إطار احترام البيئة.
- وزارة الصناعة: تهتم بالقواعد العامة للأمن الصناعي وحماية البيئة، وتدعيما لهذه المهام فقد أحدث مكتب رئيس دراسات مكلف بحماية البيئة والأمن الصناعي ضمن مديرية المقاييس والجودة والحماية الصناعية.
- وزارة التجهيز والتهيئة العمرانية: تساهم بدور كبير في التقليل من خطر التلوث عن طريق الدور الذي تلعبه في مجال التخطيط العمراني من تنظيم سلامة البيئة السكنية (حدائق، مساكن، مرافق..).
- وزارة السياحة والصناعات التقليدية: تهتم بالمحافظة على المواقع السياحية وتصنيفها وتطويرها واستثماراتها بصورة مباشرة وغير مباشرة، وتنفيذ البنى التحتية والإنشاءات الأساسية فيها دون التأثير على البيئة في المنشآت والأماكن السياحية.
- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية: مهمتها كبيرة في حماية الطبيعة من خلال إدارة الأملاك الغابية والثروة الحيوانية والنباتية وحماية السهوب ومكافحة الانجراف والتصحر بالإضافة إلى أعمال إعادة التشجير المكثف، صيانة وتوزيع الأحزمة الخضراء حول مرتفعات الأطلس الصحراوي.
- وزارة الموارد المائية: يقع عليها الحمل الكبير في حماية البيئة من خلال حماية المسطحات المائية والمياه الجوفية من التلوث، تتمثل أهدافها في ضبط وأحكام توزيع المياه للري والشرب والتشغيل وشبكات الصرف الصحي.

1-3- الوكالات والمراكز الوطنية المهمة بالبيئة: تتمثل فيما يلي:

- الوكالة الوطنية للنفايات: أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-175 تتمحور مهامها في تطوير نشاطات فرز النفايات وجمعها وتثمينها وإزالتها².

¹ - المرسوم التنفيذي رقم: 96-141، المؤرخ في: 20 أفريل 1996، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال والثقافة، الجريدة الرسمية، العدد 25، الصادرة في: 21 أفريل 1996.

² - المادة رقم 04، المرسوم التنفيذي رقم 02-175 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية للنفايات وتنظيمها وعملها، الصادر في 20 ماي 2002.

- الوكالة الوطنية للتغيرات المناخية: أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-375 مهمتها إدماج إشكالية التغيرات المناخية في كل مخططات التنمية والمساهمة في حماية البيئة وتكثف بأنشطة الإعلام والتحسيس بالمجالات التي لها علاقة بالاحتباس الحراري.
 - المحافظة الوطنية للساحل: أنشئت هذه الهيئة بموجب قانون 02/02 المتعلق بحماية الساحل وتثمينه تضطلع هذه الهيئة بإعداد جرد واف للمناطق الشاطئية سواء تعلق الأمر بالمستوطنات البشرية أم بالفضاءات الطبيعية وتقوم بإعداد تقرير عن وضعية الساحل ينشر كل سنتين.
 - مركز تنمية الموارد البيولوجية: أنشأ هذا المركز سنة 2002 بموجب المرسوم 13/02 مكلف بالأنشطة الهادفة للمحافظة على التنوع البيولوجي.
 - المجلس الوطني لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة: أنشأ هذا المجلس بناء على نص المادة 21 من القانون 20/01 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وتم تنظيمه بموجب المرسوم التنفيذي 05-416 المؤرخ في 5 أكتوبر 2005، يسهر هذا المجلس على تنسيق المشاريع الكبرى مع مبادئ وتوجيهات سياسة تهيئة الإقليم.
 - المركز الوطني لتكنولوجية إنتاج أكثر نقاء: أنشأ هذا المركز سنة 2002 بموجب المرسوم التنفيذي 02/262 المؤرخ في 13 أوت 2002، المتضمن إنشاء المركز الوطني للتكنولوجيات أكثر نقاء، ويخضع لسلطة الوزير المكلف بالبيئة، مهمته مساعدة المشاريع الاستثمارية التي تطمح في التوجه إلى تحسين طرق الإنتاج، والوصول إلى تكنولوجيات إنتاج أكثر نقاء.
 - المعهد الوطني للتكوينات البيئية: أنشأ هذا المعهد بموجب المرسوم التنفيذي 15/520 المؤرخ في 13 أوت 2002.
 - المرصد الوطني للبيئة والتنمية المستدامة: أنشأ هذا المرصد بموجب المرسوم التنفيذي 02-115 المؤرخ في 03 أفريل 2002 تتلخص مهامه في جمع المعلومة البيئية على الصعيد العلمي والتقني والإحصائي ومعالجتها وإعدادها وتوزيعها كما يقوم بقياس التلوث وحراسة الأوساط الطبيعية¹.
- 2- الهيئات الإدارية اللامركزية:**

لم تقتصر مهام حماية البيئة على الهيئات المركزية فقط، بل تناول المشرع الجزائري بالتنظيم بعض الهيئات على المستوى اللامركزي المتمثلة في:

- **الجماعات المحلية:** تتمثل الجماعات المحلية في كل من البلدية والولاية فهي المؤسسات الرئيسية في حماية البيئة نظرا للدور الفعال الذي تؤديه في هذا المجال بحكم قربها من المواطن وإدارتها أكثر من أي جهاز محلي آخر للمشاكل التي يعانيها المواطن لاسيما البيئية، وهذا طبقا للصلاحيات والمهام التي يوفرها لها قانون البيئة 10/03 سواء للمجلس الشعبي البلدي أو للولائي،

¹ - المادة رقم 05 من المرسوم التنفيذي 02-115 المؤرخ في 03 أفريل 2002، الجريدة الرسمية، العدد 22، 2002.

في إطار العمل على النظافة والتهيئة والتعمير والوقاية من الأوبئة وإعداد مخطط تهيئة الإقليم والبيئة الخاص بكل لولاية.

- **المديريات الولائية والجهوية:** نظرا للأهمية البالغة للبيئة تم تتصيب مديريات البيئة على مستوى كل ولايات الوطن، والمفتشيات الجهوية للبيئة التي تعمل تحت سلطة الوزير التابعة له وتسهر على تطبيق النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالبيئة.
- **الجمعيات البيئية:** يتمثل دور الجمعيات المهتمة بحماية البيئة والمعتمدة قانونا في المشاركة والمشاورة والاستشارة في بعض المؤسسات والهيئات الإدارية المنخرطة فيها¹، كما يحق لها اتخاذ قرارات ملائمة للبيئة، وإذا لم تستطع هذه الجمعيات تحقيق أهدافها بالطرق الودية يخول لها القانون اللجوء إلى القضاء، فهي تلعب دور المنبه والمراقب للكشف عن كل الانتهاكات التي تمس البيئة.

المطلب الرابع: الامتيازات الممنوحة والضمانات الخاصة بالاستثمار السياحي وأهم العراقيل

ليست هناك تشريعات مستقلة خاصة بالاستثمار السياحي، بل الإطار القانوني والتنظيمي المعمول به في الجزائر يشجع الاستثمار بصفة عامة وبعضها يتعلق بالقطاع السياحي بصفة خاصة ويعزز تنمية القطاع الخاص، حيث يسمح لأي شخص طبيعي أو اعتباري، وطني أو أجنبي، بالاستثمار في الأنشطة الاقتصادية لإنتاج السلع والخدمات كما يضمن لهم حرية الاستثمار، عدم التمييز، حماية الاستثمار، مع تقديم مجموعة من الضمانات نوضحها فيما يلي:

أولا- الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي:

لقد منح المشرع الجزائري عدة تحفيزات لتشجيع الاستثمار السياحي ضمن إطارين عام واستثنائي:

1- الامتيازات الجبائية الممنوحة ضمن قوانين الضرائب:

يندرج هذا النوع من التحفيزات في إطار السياسة المالية للدولة من أجل تشجيع الاستثمار، ففي ظل النظام العام ضمن قوانين الضرائب منح المشرع التحفيزات التالية:²

1-1- في مجال الضرائب المباشرة:

- تستفيد من إعفاء لمدة 10 عشر سنوات، المؤسسات السياحية المحدثة من قبل مستثمرين وطنيين أو أجانب، باستثناء الوكالات السياحية والأسفار وكذا شركات الاقتصاد المختلط الناشطة في القطاع السياحي؛
- تستفيد من الإعفاء لمدة 3 ثلاث سنوات ابتداء من تاريخ بداية ممارسة النشاط، وكالات السياحة والأسفار وكذا المؤسسات الفندقية حسب حصة رقم أعمالها المحقق بالعملة الصعبة؛
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني للمبلغ المحقق بالعملة الصعبة في النشاطات السياحية والفندقية والحمامات والإطعام المصنف والأسفار؛

¹ - المادة رقم 35، القانون 10-03، مرجع سابق.

² - وزارة المالية، المديرية العامة للضرائب، 2016.

- تطبق معدل الضريبة على أرباح المؤسسات السياحية 23% بدلا من 25% ابتداء من سنة 2015.

1-2- في مجال الرسم على القيمة المضافة:

تخضع بصفة انتقالية وإلى غاية 31 ديسمبر سنة 2019 إلى الرسم على القيمة المضافة 9% بدلا من 19% كل الخدمات المتصلة بالنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية والإطعام السياحي المصنف والأسفار وتأجير السيارات للنقل السياحي.

1-3- في مجال حقوق التسجيل:

إعفاء العقود التي تتضمن تكوين وزيادة رأسمال الشركات التي تنشط في القطاع السياحي من أداء حقوق التسجيل.

2- الامتيازات الجبائية الممنوحة وفق نظام الامتيازات:

تكمّن أساسا في الآليات التي وضعت في قانون الاستثمار 2016 الذي صنف الاستثمار السياحي ضمن الاستثمار المنصب على النشاطات ذات الامتياز والمنصوص عليها في المادة 15، حيث يشمل بالإضافة إلى المزايا المشتركة مزايا إضافية سواء في مرحلة الإنجاز أو الاستغلال.

1-2- الامتيازات الممنوحة في مرحلة الإنجاز:¹

- الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار وفق المعايير الفندقية لرفع الجودة في إطار تطبيق مخطط الجودة السياحية؛
 - الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا التي دخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
 - الإعفاء من دفع حق نقل الملكية بعرض والرسم على الأشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار المعني؛
 - الإعفاء لمدة 10 عشر سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار، ابتداء من تاريخ الاقتناء؛
 - تتكفل الدولة كليا أو جزئيا بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار السياحي وذلك بعد تقييمها من قبل الوكالة الوطنية للاستثمار؛
 - التخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة بعنوان منح الأراضي عن طريق الامتياز من أجل إنجاز مشاريع استثمارية سياحية:
- بالدينار الرمزي للمتر المربع (م²) خلال فترة عشر (10) سنوات وترتفع بعد هذه الفترة إلى 50% من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في المناطق التابعة للهضاب العليا وكذا المناطق الأخرى التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من قبل الدولة؛

¹ - المادة رقم 12 والمادة رقم 13، القانون رقم 16-09، مرجع سابق.

- بالدينار الرمزي للمتر المربع (م²) لفترة خمس عشرة (15) سنة وترتفع بعد هذه الفترة إلى 50% من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في ولايات الجنوب الكبير.
- إمكانية استفادة المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي من تخفيض معدل الفائدة المطبق على القرض البنكي الذي يحصل عليه المستثمر لتمويل مشروعه سواء لإنجاز أو تحديث مؤسسات سياحية أو فندقية والمحدد بين 3% و4.5%¹.

3- الامتيازات الممنوحة في مرحلة الاستغلال:

- يستفيد المستثمر السياحي لمدة 3 سنوات ابتداء من تاريخ الشروع في مرحلة الاستغلال والمحددة في محضر معاينة الذي تعده المصالح الجبائية بناء على طلب المستثمر من المزايا التالية:²
 - الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛
 - الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؛
 - تخفيض بنسبة 50% من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة.
- ترتفع مدة الاستفادة من المزايا السابقة المقدمة إلى المستثمر السياحي إلى 10 عشر سنوات في حال أنجزت في مناطق الجنوب والهضاب العليا³؛
- ترفع مدة مزايا الاستغلال الممنوحة لفائدة الاستثمارات من 3 ثلاث سنوات إلى خمس 5 سنوات عندما تنشئ أكثر من مائة 100 منصب شغل دائم خلال الفترة الممتدة من تاريخ تسجيل الاستثمار إلى غاية نهاية السنة الأولى من مرحلة الاستغلال على الأكثر⁴.

على العموم تستفيد المشاريع الاستثمارية السياحية من الإعفاءات والضرائب والتخفيضات الخاصة، اعتماداً على الموقع والنشاط وتأثير المشاريع على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ثانياً- الضمانات الممنوحة للاستثمار السياحي :

- منح المشرع الجزائري ضمانات في قانون الاستثمار 2016 لم تكن متاحة في القوانين السابقة، لتعزيز تنمية القطاع السياحي مما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني، ومن أهم هذه الضمانات نذكر:

1- الضمانات القانونية:

- جاء قانون الاستثمار الجديد 2016 بمجموعة من الضمانات القانونية في الفصل الرابع، وهذا نتيجة الاتفاقيات الثنائية والمتعددة الأطراف التي صادقت عليها الجزائر لمنح الثقة والطمأنينة للمستثمرين الأجانب والوطنيين، ومن أهم هذه الضمانات:

- ضمان المساواة في المعاملة والعدل والإنصاف بين المستثمرين في الحقوق والواجبات⁵؛

¹- صالح بزة، مرجع سابق.

²- المادة رقم 12، الفقرة رقم 2، القانون رقم 16-09، المرجع نفسه.

³- المادة رقم 13، الفقرة رقم 2، القانون رقم 16-09، المرجع نفسه.

⁴- المادة رقم 16، القانون رقم 16-09، المرجع نفسه.

⁵- المادة 21، الفصل الرابع، القانون رقم 16-09، المرجع نفسه.

- ضمان الاستقرار القانوني والتنظيمي للإستثمار، من خلال الامتناع عن مراجعة أو إلغاء أي مادة من قانون الاستثمار إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة بحيث يمكنه الاستفادة من التشريع الجديد إذا كان يقدم له ضمانات أفضل وحماية¹، فالاستقرار القانوني كفيل بجذب رؤوس أموال جديدة وإعطاء ديناميكية وحركية كبيرتين للاقتصاد الوطني ومن هنا تظهر أهمية التشريع القانوني في دفع عجلة الاقتصاد الوطني²؛

- ضمان اللجوء إلى القضاء الوطني أو التحكيم الدولي والوساطة وذلك حسب الاتفاق المبرم مع المستثمر³، وهو ضمان يعتبر أكثر أريحية للمستثمرين لتوظيف أموالهم.

2- الضمانات المالية:

إن الهدف الأساسي للمستثمر هو العائد فهو يرفض المغامرة وظروف عدم التأكد في السوق، لذلك تعتبر الضمانات المالية أحد أهم عناصر الجذب له، ومن أهمها:

- ضمان ضد نزع الملكية، والذي يعتبر مبدأ دستوري أقره المشرع أيضا في القانون 09-16، الذي ألغى مصطلح المصادرة الإدارية التي تعتبر إجراء تعسفي بالاستيلاء على ملكية المستثمر الأجنبي، حيث نص القانون الجديد للاستثمار على عدم الاستيلاء على ملكية الاستثمارات المنجزة، وإذا كان كذلك فلا بد من تعويض عادل ومنصف⁴، إذ لا يعقل أن يقوم المستثمر الأجنبي بتوظيف أمواله وتحقيق مشروعه الاستثماري ثم تقوم الدولة بالاستيلاء على ملكيته دون مقابل⁵؛

- ضمان تحويل الرأسمال المستثمر والعائدات الناجمة عنه، حيث أقر المشرع هذا الضمان في كل قوانين الاستثمار منذ قانون النقد والقرض 1993 حينما سمح لغير المقيمين بتحويل رؤوس أموالهم وعوائدها إلى الخارج.

ثالثا- معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر:

هناك مجموعة من المعوقات التي تحد من إقبال المستثمرين على الاستثمار في القطاع السياحي سواء في مواقع التراث أو الخدمات والتسهيلات والتجهيزات السياحية، مما كان لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السياح، وعلى الرغم من ترسانة القوانين الجزائرية التي تشجع الاستثمار بصفة عامة إلا أن التقارير التي تعدها الهيئات الدولية حول مناخ الاستثمار في الجزائر تبقى بعيدة عن طموحات الدولة في تحقيق التنمية المستدامة، ويمكن أن نوجز هذه المعوقات فيما يلي:

1- العوائق الإدارية: يمكن حصرها فيما يلي:

¹ - المادة 22، الفصل الرابع، القانون رقم 09-16، المرجع نفسه.

² - زروق يوسف، رقاب عبد القادر، ضمانات وحوافز الاستثمار الأجنبي في الجزائر وفق قانون 09-16، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة الجلفة، العدد 08، بدون سنة النشر، ص 103.

³ - المادة 24، الفصل الرابع، القانون رقم 09-16، مرجع سابق.

⁴ - المادة 23، الفصل الرابع، القانون رقم 09-16، المرجع نفسه.

⁵ - زروق يوسف، رقاب عبد القادر، مرجع سابق.

- يشتكى الكثير من المستثمرين من ظاهرة البيروقراطية الإدارية التي تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد من رشوة واختلاس ووساطة ومحسوبية، وهو ما يكلف المستثمر الكثير من الوقت والجهد للحصول على التراخيص الخاصة بإنشاء المشروع، هذا بالإضافة إلى التعقيدات الأخرى المرتبطة بالمشروع كشبكة الكهرباء والغاز والماء والحصول على خط هاتفي، حيث ينتظر المستثمر في أغلب الأحيان 90 يوما لتسوية هذه المشكلات الإدارية التي تشغله عن الاهتمام بأمر أهم تتعلق بتحسين جودة المنتج ووضع خطط إستراتيجية لتطوير مشروعه السياحي، وقد سجلت الجزائر في مؤشر التنافسية العالمية المرتبة 157 عالميا من أصل 190 دولة شملها المسح السنوي بـ48.6 نقطة سنة 2020¹، وهي مرتبة متأخرة معرقة للاستثمار السياحي، والترتيب 104 في تصنيف ملاحظات الفساد في حين تحصلت على 46.9 نقطة في مؤشر الحرية الاقتصادية بترتيب 162، إذ تصنف الجزائر من الدول العربية ذات اقتصاد مقيد، مما يؤكد أنه ليس هناك مجال لتبسيط القواعد أو تعجيل وتيرتها لتسهيل ممارسة أنشطة الأعمال، والسماح لريادة الأعمال بالازدهار، وتمكين النشاط الاقتصادي من تحقيق إمكاناته كاملة.

- مشكل العقار الصناعي: يمثل العقار الصناعي الأرضية التي يتجسد فيها أي مشروع استثماري، وفي الجزائر المشكل لا يكمن في ندرة العقار وإنما في سوء التنظيم والتسيير في إدارة ملكية العقار السياحي على مستوى مناطق التوسع السياحي حيث يوجد 30% من الأراضي الغير مستغلة، إذ يضم العقار السياحي في مخطط التهيئة السياحية كل الأراضي التابعة للأمالك العمومية والخاصة والملكيات الخاصة، هذا وإن غالبية المشاريع السياحية تتمركز خارج مناطق التوسع السياحي، وقد عاد ملف العقار الصناعي ليشغل حيزا هاما ضمن عمل الحكومة مؤخرا لاستعادة نفوذها مجددا على العقار من خلال تنظيم جديد يحكم العقار ويضبط كميّات توزيعه وشروط الاستفاد منه وأجال استغلاله، مع الشروع في جرد الأوعية غير المستغلة، والأوعية المستولى عليها بوضع اليد، ناهيك عن المساحات التي قدمت كضمانات للحصول على قروض بنكية لتمويل مشاريع منها مشاريع وهمية لم تنجز.

2-العوائق المالية: والمتمثلة أساسا في:

- صعوبة الحصول على التمويل اللازم من البنك خاصة وأن الاستثمار السياحي يتطلب أموال ضخمة، حيث نجد أن النظام البنكي في الجزائر لا يشجع على الاستثمار السياحي نظرا لمعاملته المتساوية مع القطاعات الأخرى، حيث سجلت الجزائر المرتبة 111 عالميا من أصل 141 دولة في مؤشر النظام المالي وهي مرتبة متدنية جدا، ومن جهة أخرى يعاني المستثمرين الجدد من طول المدة التي يأخذها البنك للموافقة على منحهم القروض، هذا بالإضافة إلى ارتفاع سعر الفائدة على الرغم من أنها شهدت تخفيضا كبيرا خلال السنوات الأخيرة؛

¹ - World Bank Group, Doing Business 2020, Comparing Business Regulation in 190 Economies, in the site;

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf?sequence=24&isAllowed=y>, consulter le 13-05-2020.

- من أهم العوامل الطارئة للاستثمار في الجزائر بصفة عامة ارتفاع معدل الضريبة، حيث تقدر الضريبة على الأرباح 23% وهذا معدل مرتفع لا يشجع على الاستثمار؛

3- العوائق الاقتصادية: تتمثل في:

- التضخم: يعاني الاقتصاد الجزائري من التضخم وهو ما يبعث عدم الثقة لدى المستثمر، كما يشجع الأفراد على تحويل رؤوس أموالهم إلى الخارج؛ وهذا ما يؤكد تقرير التنافسية العالمية سنة 2019 حيث سجلت الجزائر المرتبة 106 من مجموع 141 دولة شملها التقرير في مؤشر معدل التضخم (نسبة 4.9%) وهذا ما يثبت عدم استقرار الاقتصاد الكلي؛

- نقص في البنية التحتية الداعمة للاستثمار السياحي Tourism Infrastructure، فتوفر شبكة متطورة من الطرقات والمواصلات والنقل الجوي والبحري، والتعليم والصحة الجيدة كلها عوامل تعزز توسع الاستثمارات، واستدامة نقل السلع والمواد الخام والإنتاج والتوزيع في الوقت المناسب.

المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

لبعث صورة الجزائر كوجهة سياحية عملت الحكومة على تبني توجهات إستراتيجية لتنمية القطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، هذا المخطط الذي جاء لمعالجة مختلف النقائص التي تعاني منها السياحة الجزائرية، فحدد المعالم السياحية الكبرى وأبرز أهدافها الكمية والنوعية المراد بلوغها، في خطوة منه لإنعاش صناعة السياحة بتوسيع قدراتها والعمل على تسويقها وهذا طبعا بإشراك كل الفاعلين والعاملين في القطاع السياحي.

المطلب الأول: معالم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

أنشأ هذا المخطط وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 المحدد لكيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية والمستمد من القانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بالمخطط الوطني لتهيئة الإقليم آفاق 2030 (SNAT)، فهو يعرض رؤية الدولة للتنمية السياحية المستدامة على المدى القصير 2009 وعلى المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2030، وذلك من أجل تحقيق توازن ثلاثي يشمل الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية.

أولاً-الأهداف الإستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030:

في إطار التنمية المستدامة، أعطت الدولة توجيهات إستراتيجية للتهيئة السياحية في كافة التراب الوطني من أجل تحقيق الأهداف الخمسة التالية¹:

- جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع للمحروقات؛
- ضمان إشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة؛
- توفيق بين الترقية السياحة والبيئة؛
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني؛
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

➤ الأهداف البعيدة المدى أفق 2030:

يهدف المخطط التوجيهي للتنمية السياحية أفق 2030 إلى إنشاء نماذج سياحية تسمح بهيكلية الإقليم وتحسين الوجهة السياحية للجزائر، تشمل مجموعة من القرى السياحية بدرجة امتياز وعددا من التجهيزات ومرافق الإيواء ومختلف النشاطات، بشكل يتناغم مع ما يتضمنه مشروع تنمية الإقليم، وتستجيب هذه الأقطاب إلى احتياجات السكان الثقافية والتجارية، ويخص الأمر إنجاز:

1) سبعة أقطاب سياحية بامتياز: تتوزع على مختلف مناطق الوطن، وتشكل هذه الأقطاب أداة متطورة في المخطط التوجيهي فهي نماذج سياحية تسمح بهيكلية الإقليم وتحسين وجهة الجزائر الجديدة وتنافسية الأقاليم وإشراك السكان المحليين، حيث يعمل كل قطب سياحي على إعطاء الأولوية بتطوير المنتجات والقطاعات الأكثر تمثيلا والأكثر ملائمة للطلب فيه وفقا للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية التي تركز على ستة أقسام²:

- السياحة الشاطئية؛
- سياحة مدن الأعمال (الترفيه، التسوق الممتع، الأعمال التجارية والمؤتمرات)؛
- السياحة الصحراوية؛
- سياحة الرعاية الصحية والصحة والرفاهية؛
- السياحة الثقافية والدينية؛
- السياحة الأخرى (السياحة الرياضية، الاستجمام، والسياحة البيئية).

2) إنجاز 50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية تتوزع على الأقطاب السياحية؛

3) بلوغ 11 مليون سائح؛

¹- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, "SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien, p22-23.

²- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, "SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre2: Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires,2008, p 40.

4) مناطق التوسع السياحي¹: قطاع السياحة والصناعة التقليدية لديه وعاء عقاري يتكون من 225 منطقة التوسع السياحي بمساحة إجمالية 56.472.06 هكتار موزعة على 34 ولاية.

تتوزع مناطق التوسع السياحي كمايلي:

- 166 منطقة التوسع السياحي موزعة على 14 ولاية ساحلية؛
- 36 منطقة التوسع السياحي موزعة على 12 ولاية في الهضاب العليا؛
- 23 منطقة التوسع السياحي موزعة على 8 ولايات جنوبية.

➤ الأهداف المتوسطة المدى 2015-2008:

رصدت الدولة لهذه المرحلة مبلغ استثمار عمومي وخاص قدر بـ2.5 مليار دولار لإنجاز 75000 سرير، والجدول التالي يوضح خطة عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المدى المتوسط :

الجدول رقم (50): الأهداف الكمية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للفترة 2015-2008

السنة	2007	2015
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في GDP	1.7%	3%
الإيرادات السياحية	215 مليون دولار	1.5 إلى 2 مليار دولار
مناصب الشغل	200 ألف	400 ألف (مباشرة غير مباشرة)
عدد المقاعد البيداغوجية	51200	91600

Source: SDAT 2025, livre2, Opcit, p18.

الجدول رقم (50) يوضح رؤية الجزائر 2015، وهو استضافة 2.5 مليون سائح بحلول عام 2015 والوصول إلى طاقات استيعاب تصل إلى 75000 سرير عالي الجودة، سعة الاستقبال المتوقعة لنصف الأقطاب ذات الأولوية 40000 سرير بالمعايير الدولية، بما في ذلك 30000 سرير الراقية على المدى القصير للغاية و10000 سرير إضافية على المدى المتوسط، مع توفير 400.000 فرصة عمل (مباشرة وغير مباشرة) و 91.600 مقعد بيداغوجي.

¹ - وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، "المقومات الأساسية للسياحة، العقار السياحي"، فترة 2015-2020.

المطلب الثاني: مشاريع الاستثمار السياحي ذات الأولوية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

- لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في الأقطاب السياحية السبعة، منها الجاري إنجازها ومنها ما هو محل دراسة وعرض متقدم، وتتمثل أهم هذه المشاريع في:
- 20 قرية سياحية متميزة تستجيب للطلب الدولي والوطني؛
 - فنادق السلسلة؛
 - الحظائر الايكولوجية والسياحية Dounya parc: حديقة دنيا عنابة، حديقة دنيا الجزائر بطاقة استعاب 1000 سرير، حديقة دنيا وهران، تنجز كلها من طرف شركة الإمارات الدولية للاستثمار EIIC؛
 - إنشاء مراكز العلاج والصحة والترفيه: حمام قرقور، حمام ملوان والشريعة؛
 - إنشاء الحظائر السياحية والبيئية: دنيا بارك في كل من عنابة، قسنطينة، جزائر العاصمة ووهران
 - إطلاق 80 مشروع سياحي في 06 أقطاب سياحية للامتياز.
- أولاً- الفنادق: يمكن أن نوضح إستفادة الأقطاب السياحية من استثمارات الفنادق في الجدول التالي:
- الجدول رقم (51): الفنادق المنطلقة أو في طور الانطلاق في الأقطاب السياحية للامتياز

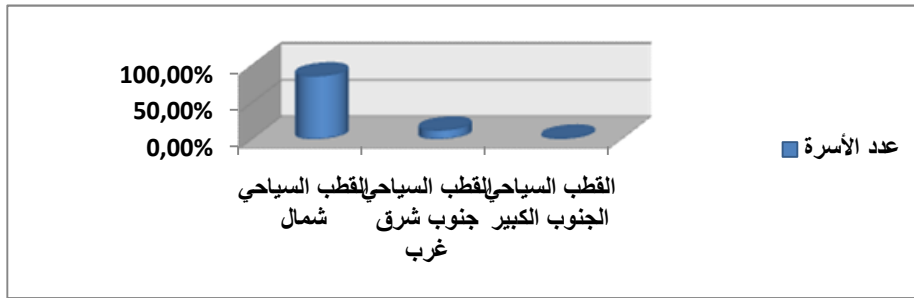
مجموع عدد الأسرة	فنادق قياسية		فنادق فخمة		فنادق السلسلة		عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز
	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق		
5965	3655	79	710	2	1600	4	23	شمال شرق
9295	6994	41	524	2	1777	6	32	شمال وسط
10146	9706	83	120	1	320	1	18	شمال غرب
2092	2092	26	0	0	0	0	4	جنوب شرق الواحات
1513	1317	21	196	2	0	0	2	جنوب غرب توات القرارة
225	225	4	0	0	0	0	1	الجنوب الكبير أهافار
150	0	0	150	1	0	0	0	الجنوب الكبير التاسيلي
29386	23989	272	1700	8	3697	11	80	مجموع عدد الأسرة

Source: Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, "SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 5 : Les projets prioritaires touristiques", 2008, p 6 à 14.

أرقام الجدول رقم (51) أن الأقطاب السياحية شمال تدعمت بالنسبة الأكبر من مجموع المشاريع السياحية، وخاصة من فئة «فنادق السلسلة» التي استحوذت عليها بنسبة 100% حيث استحوذ القطب السياحي شمال وسط بأكثر من 50% أي بـ 6 فنادق ثم القطب السياحي شمال شرق بـ 4 فنادق ثم القطب السياحي شمال غرب بفندق واحد فقط، أما فيما يخص الاستثمارات المتعلقة بالفنادق الفخمة فقد تركزت هي الأخرى في القطب السياحي شمال بعدد 5 فنادق توزعت بين الشرق والوسط والغرب، و 3 فنادق بالقطب السياحي جنوب إذ تعزز القطب السياحي جنوب غرب توات القرارة بفندقين والقطب السياحي

الجنوب الكبير التاسيلي بفندق واحد، أما الفنادق القياسية كانت النسبة الكبيرة منها من نصيب القطب السياحي شمال غرب 83 فندق بطاقة استيعاب بلغت 9706 سرير ثم القطب السياحي شمال شرق 79 فندقا ثم القطب السياحي شمال وسط 41 فندقا، أما القطب السياحي جنوب بكل مناطقه استحوذ على 51 فندقا في حين الجنوب الكبير التاسيلي لم يستفد من أي مشروع استثماري من هذا النوع (الفنادق القياسية). ويمكن أن نقرأ هذه الأرقام بأكثر وضوح في الشكل رقم (35):

الشكل رقم (35): توزيع طاقات الايواء بالاقطاب السياحية للامتياز ضمن برامج الأولوية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (51).

الشكل رقم (35) يوضح أن طاقات الإيواء توزعت في الأقطاب السياحية السبعة حسب البرامج ذات الأولوية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 كما يلي:

- القطب السياحي شمال نسبة 86.46% (25406 سرير)؛
- القطب السياحي جنوب شرق غرب نسبة 12.27% (3605 سرير)؛
- القطب السياحي الجنوب الكبير نسبة 1.27% (375 سرير).

وهذا ما يؤكد أن هناك فرق كبير في توزيع الاستثمارات السياحية بين الشمال والجنوب مما يستدعي إعادة النظر فيه، لأن هذا التوجه لا يخدم الأهداف التنموية للسياحة في تحقيق التوازنات الرئيسية المتمثلة في الوظائف، النمو، رفاهية المنطقة، خاصة وأن الصحراء الجزائرية تعتبر قطب سياحي بامتياز.

ثانيا-المنتجات:

بالإضافة إلى الفنادق التي شكلت أولوية في برنامج المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2030 ظهر أيضا جيل جديد من الإستثمارات المتمثلة في القرى السياحية للامتياز والتي كان توزيعها كما يلي:

الجدول رقم (52): الجيل الجديد من المنتجعات بالأقطاب السياحية (القرى السياحية للامتياز)

ع. الأسرة	المستثمر	القرى السياحية	الأقطاب	
2440	شركة الإمارات الدولية للاستثمار "Eiic"	القرية السياحية مسيدة Messida الطارف	القطب السياحي	
4938	الشركة السعودية SIDAR	القرية السياحية سيدي سالم عنابة	شمال شرق	
1282	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية أقريون Agrioun بجاية	القطب السياحي شمال وسط	
2697	المجموعة الكويتية للاستثمار + Eiic	القرية السياحية صغيرات بومرداس		
17510	الشركة الأمريكية+التونسية+ الجزائر SIYAHA	القرية السياحية بودواو البحري، بومرداس		
5985	المجموعة الكويتية للاستثمار + Eiic	القرية السياحية عين الشرب، عين طاية، الجزائر		
2004	المجموعة الإماراتية 'EMIRAL'	القرية السياحية فوروم الجزائر/ موريتي1، الجزائر		
460	شركة تطوير الفنادق SDH – Mariott	القرية السياحية الساحل Sahel، الجزائر		
360	شركة الامارات القدرة El Qudra	القرية السياحية سيدي فرج ، الجزائر		
6885	الشركة السعودية سيدار SIDAR	القرية السياحية زرالدة - غرب، الجزائر		
1240	الشركة الإماراتية 'EEMAR'	القرية السياحية العقيد عباس، تيبازة		
1426	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية سيزار CESAREE، تيبازة		
5900	مجموعة جيلالي مهري	الحلم السياحي مداغ ، وهران		القطب
220	سارل إقامة هيليويس فرنسا	القرية السياحية هيليويس Hélios Kristel، وهران		السياحي شمال
732	Siyaha + 'Eiic' (الجزائر والامارات)	القرية السياحية موسكاردا Moscarda، تلمسان	غرب	
92	مجموعة الجنوب للاستثمار التنموي	القرية السياحية قصر ماسين، تيميمون، أدرار	القطب السياحي جنوب غرب القرارة	
54171	مجموع الأسرة			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: SDAT 2025, Livre5, Op.cit, page de 15 à 32.

الجدول رقم (52) يشير إلى أن الأقطاب السياحية شمال (شمال وسط، شمال شرق، وشمال غرب) هي التي استحوذت على هذا النوع الجديد من المنتجعات، دون الأقطاب السياحية جنوب عدا القطب السياحي غرب شرق توت غرارة الذي استفاد بمشروع استثماري واحد وهي القرية السياحية قصر ماسين (تيميمون) بعدد أسرة متواضع 92 سرير، وربما يرجع تركز هذه القرى في الأقطاب السياحية شمال إلى الحركية الكثيفة للسياح في هذه الأقطاب خاصة في فصل الصيف نتيجة انتعاش السياحة الشاطئية، حيث نلاحظ أن القطب السياحي للامتياز شمال وسط يحوز على النسبة الكبيرة من المشاريع 10 قرى سياحية بطاقة إيواء تصل إلى 38423 سرير حيث تتمركز هذه القرى في كل من بجاية، بومرداس، تيبازة، العاصمة، بالإضافة إلى 1000 سرير التي توفرها الحديقة البيئية والسياحية دنيا براك الجزائر، وتعد هذه المشاريع ذات أهمية اقتصادية كبيرة للقطب لما توفره من مداخل وفرص عمل خاصة وأن عاصمة البلد تتواجد بهذا القطب مما يستلزم توفرها على هياكل سياحية جذابة من فنادق ومنتجعات وبنية تحتية متطورة وتجهيزات ذات جودة عالمية، ثم يأتي القطب السياحي للامتياز شمال شرق الذي يضم قربتين سياحيتين بمدينة الطارف وعنابة بـ7378 سرير، ثم القطب السياحي شمال غرب الذي يوفر

6852 سرير في 3 قرى سياحية في كل من وهران وتلمسان، وما يشد انتباهنا أيضا هو تنوع المستثمرين لإنجاز هذه المنتجات حيث تعتبر الاستثمارات الإماراتية مسؤولة عن إنجاز 6 قرى سياحية في الجزائر إذ تراهن الإمارات على تجسيد مشاريع سياحية شبيهة بمدينة دبي، هذا وتبدي الجزائر رغبة ملحة في استقدام التجربة الإماراتية في المجال السياحي.

المطلب الثالث: الديناميكيات الخمس لمخطط التهيئة السياحية 2030

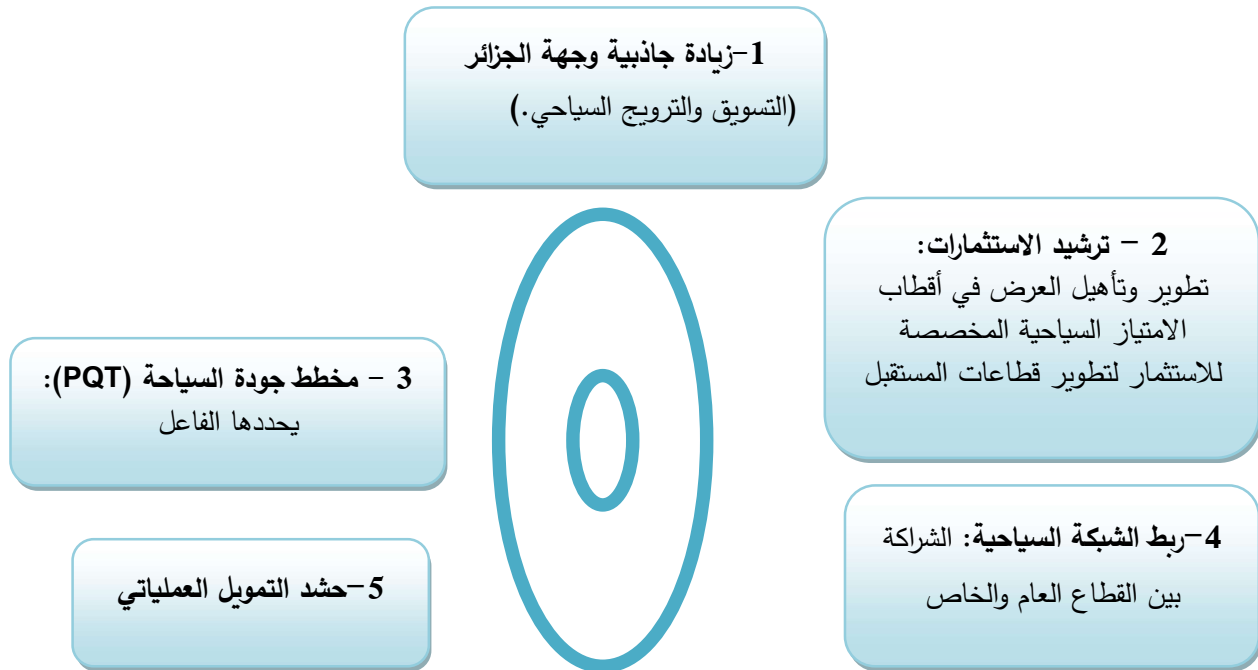
لتحقيق قفزة نوعية سريعة ومستدامة في السياحة الجزائرية، اعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية مجموعة من الركائز المتمثلة في الحركيات الخمسة التالية:

- 1) مخطط الجزائر كوجهة سياحية؛
- 2) الأقطاب السياحية ذات الامتياز؛
- 3) مخطط جودة السياحة؛
- 4) مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛
- 5) مخطط تمويل السياحة.

والشكل رقم (36) يوضحها:

الشكل رقم (36): الوضع الجديد للسياحة الجزائرية: الديناميكيات الخمس التأسيسية



Source: "SDAT 2025", Livre 2: Opcit, p21.

أولا-مخطط الجزائر الوجهة:

حتى تجد السياحة الجزائرية مكانا لها ضمن صناعة السياحة العالمية يتطلب الأمر وجود عرض سياحي متنوع وعالي الجودة ومبتكر وموقع سياحي يميز الجزائر عن منافسيها، ومن جهة أخرى توسيع الطلب السياحي أي التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية، سواء سوق داخلية أو خارجية:

- ❖ **السوق الداخلية:** المكونة من الجزائريين المقيمين وغير المقيمين وهذا بتشجيع وترقية بعض أنواع السياحة كالسياحة العلاجية والحموية والزراعية، والرياضية وسياحة الأعمال
- ❖ **السوق الخارجية:** لإعادة الثقة في المنتج السياحي الجزائري وخاصة الصحراوي يتم استهداف الأسواق الخارجية التالية:

- الأسواق ذات الأولوية وهي: فرنسا، اسبانيا، ايطاليا، ألمانيا؛
- الأسواق الواعدة مثل: بريطانيا، النمسا، هولندا، الدول الاسكندنافية؛
- الأسواق البعيدة وذات مستقبل كالأسواق الآسيوية والروسية والأمريكية؛
- الأسواق الخليجية.

ومن أجل زيادة الجذب السياحي وتعزيز صورتها السياحية فالجزائر مطالبة بالترويج وهذا بالتركيز على¹:

- المناخ المعتدل؛
- أصالة المواقع (أقل نمطية وأكثر صحة)؛
- القطيعة والهروب خاصة في الجنوب الكبير (الجزائر "أرض المغامرة")؛
- سهولة الوصول (القرب النسبي والمدارية)؛
- التسهيلات اللغوية؛
- التنوع الثقافي.

ثانيا-الأقطاب السياحية للامتياز²:

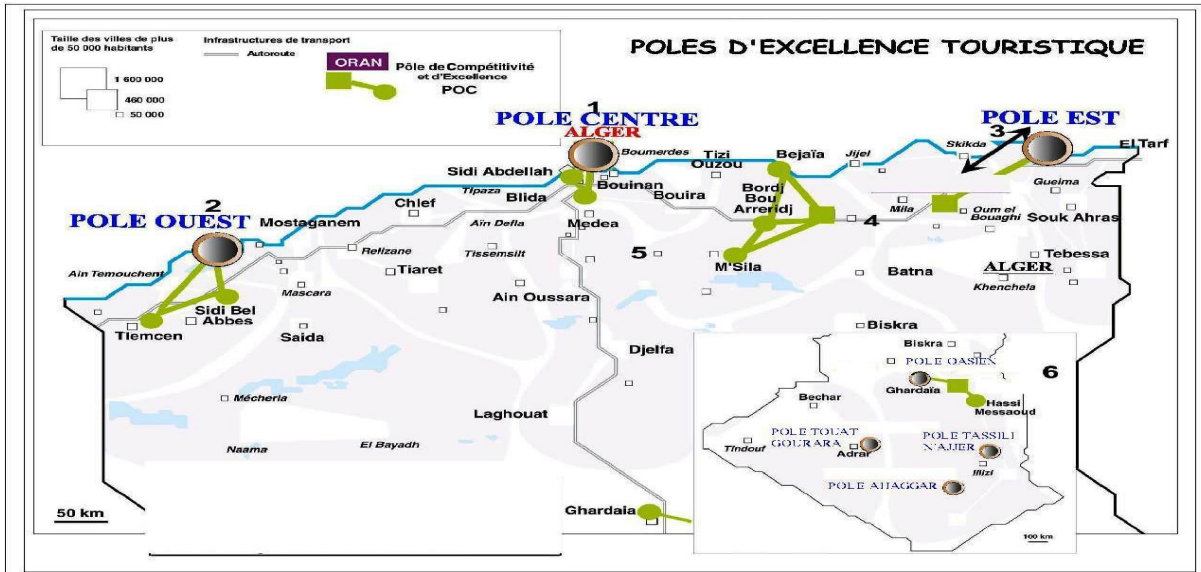
القطب السياحي هو مزيج في منطقة جغرافية معينة من القرى السياحية الممتازة المجهزة، كما أنه متعدد الأبعاد، فهو يدمج البعد الاجتماعي (الاحتياجات الأساسية للسكان)، والبعد الثقافي، والإقليمي (أصول الإقليم)، والتجاري (مع مراعاة توقعات السوق)، قد يشمل نطاقها الجغرافي منطقة أو أكثر من مناطق التوسع السياحي، يتمحور حول موضوع رئيسي واحد (السياحة الصحراوية، السياحة الساحلية، والسياحة الصحية، والحموية، سياحة الأعمال).

واعتمد مخطط التهيئة السياحية 2030 على سبعة أقطاب سياحية موضحة في الشكل التالي، والتي تم التطرق إليها بالتفصيل في المطلب السابق.

¹ - SDAT 2025", Livre 2: opcit, p 22

² - SDAT 2025", Livre 2: opcit, p 38.

الشكل رقم (37): الأقطاب السياحية للامتياز



Source: "SDAT 2025", Livre 2: opcit, p26.

ثالثاً - مخطط جودة السياحة (PQT):¹

اليوم الجودة مطلب، ومن هذا المنطلق تهدف خطة جودة السياحة إلى تطوير جودة العرض السياحي الوطني، الذي يعتمد على التدريب والتعليم من أجل التميز ودمج تقنيات المعلومات والاتصالات بما يتماشى مع تطور المنتج السياحي في العالم، وتهدف هذه الديناميكية إلى:

- الشروع في خطة جودة السياحة، مع الطموح إلى الاتحاد تحت علامة تجارية واحدة «جودة السياحة»؛
- أن تضع نفسها بالفعل في منظور تحسين الجودة والعرض السياحي والترويج له سواء في الجزائر أو في الخارج؛
- غرس ديناميكية إعادة تقييم وترويج الوجهة السياحية الجزائرية.

كما يعتبر تدريب وتكوين العنصر البشري ركيزة مخطط جودة السياحة، ويكون بتأهيل المؤطرين في مدارس سياحية والتي يبلغ عددها 3 مدارس متواجدة في كل من الجزائر العاصمة، تيزي وزو، وبوسعادة وافتتاح مدرستين جديدتين بكل من تيبازة وعين تيموشنت و7 مؤسسات تكوين مهني مخصصة للسياحة، بالإضافة إلى التزام كل من وكالات السياحة والسفر والفنادق والمطاعم بمعايير جودة السياحة.

فالانخراط في مخطط جودة السياحة الجزائرية هو مسار رابح لكل من²:

- المهنيين في قطاع السياحة: يسمح انتهاج الجودة بـ: تحسين صورة المؤسسة وتموقعها إرضاء الزبائن وكسب ثقتهم، مع كسب زبائن جدد، الاستفادة من كل المساعدات والحوافز التشجيعية التي

¹- "SDAT 2025", Livre 2: OpCit, P47.

²- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Op.cit.

توفرها الدولة، التحكم في الكلفة، وتحسين مردودية التسيير الداخلي، وزيادة نشاطها وتحقيق أفضل الأرباح.

• الزبائن الوطنيين والأجانب: انتهاج الجودة هو: ضمان الإرضاء، شهادة على جودة الخدمات وضمن للراحة والسلامة.

• قطاع السياحة: إن انتهاج الجودة هو خطوة عملاقة نحو احترافية تدريجية للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية محليا ودوليا، كما انه يعني الانخراط في مسار يقوم على التطوير المستمر للموارد البشرية، وهو عامل من عوامل التنمية واستدامة العرض السياحي الوطني و وسيلة لدعم وتثمين الثروات الوطنية والخصوصيات الإقليمية المحلية، وايضا هو سبيل ناجع لخلق مناصب شغل والحد من البطالة. ويمكن أن نلخص مسار الانخراط في مخطط الجودة السياحي إلى غاية 2020 في الجدول (53):

الجدول رقم (53): مسار الانخراط في مخطط الجودة السياحي حتى سنة 2020

المشاريع السياحية	المؤسسات السياحية المستغلة	السنوات
55 مشروع سياحي يتعلق بإنشاء مؤسسات فندقية	217 مؤسسة فندقية 179 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2015
65 مشروع سياحي يتعلق بإنشاء مؤسسات فندقية	217 مؤسسة فندقية 187 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2016
/	222 مؤسسة فندقية 199 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2017
82 مشروع سياحي يتعلق بإنشاء مؤسسات فندقية	225 مؤسسة فندقية 200 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2018
/	225 مؤسسة فندقية 200 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2019
/	226 مؤسسة فندقية 200 وكالة سياحة وسفر 7 محطات حموية 18 مطعم	2020

Source: Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Op.cit.

الجدول رقم (53) يبين أن المنخرطين في مخطط جودة السياحة في تزايد حيث تم إحصاء 451 مؤسسة سياحية سنة 2020 تتوزع بين الفنادق والمطاعم والوكالات السياحية والمحطات الحموية، حيث تجسد علامة جودة السياحة عبر منح كل مؤسسة سياحية تلتزم انتهاج الجودة وتحترم شروط الانضمام والتي تعد بمثابة وصل ضمان للسائحين وصورة حسنة للعلامة، هذا وتمنح هذه العلامة من قبل لجنة وطنية تابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، تضم مستشارين إقليميين¹:

- ممثلين عن القطاع المكلف بالسياحة (وزارة السياحة، الديوان الوطني للسياحة، الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، مؤسسة الديوان الوطني للسياحة)؛
- ممثلين عن الإدارات الأخرى المعنية بالسياحة (التجارة، الصحة، النقل، المديرية العامة للأمن الوطني، الدرك الوطني، الحماية المدنية)؛
- ممثلين عن المعهد الجزائري للتقييس؛
- ممثلين عن الجمعيات والاتحاديات المهنية الناشطة في ميدان السياحة؛
- خبراء الجودة.

رابعا- الشراكة بين القطاع العام والخاص²:

لا يمكن تصور التنمية السياحية المستدامة دون تعاون فعال بين القطاعين العام والخاص، فالسياحة ليست منتجاً استهلاكياً كلاسيكياً، إنها تجربة مرتبطة بإحساس وعاطفة معينة، ولقاء، ونوعية التنظيم، والإقامة والاستقبال، وتوفر الخدمات بشكل عام، فهي ليست سوى مزيج من كل هذه العوامل وفي نفس الوقت مرافقة الزائر أثناء رحلته، فالتجربة السياحية الجيدة تعتمد بشكل كبير على قدرة المتخصصين في السياحة وكذلك على المؤسسات والجهات الفاعلة المحلية لتسهيل هذا المزيج الذي يسعى إليه السياح، فنحن نتحدث هنا عن شراكة بين جهات فاعلة عامة وأخرى خاصة تتقاسم الموارد والمخاطر والفوائد.

فدور الدولة يكمن في تهيئة وتطوير أماكن الجذب السياحي وحمايتها، فهي تجعل البنية التحتية من طرق، موانئ، مطارات، سكك حديدية، كلها في خدمة السياحة، بالإضافة إلى توفير الأمن والأمان، وإدارة المتاحف والمعالم التاريخية والحفاظ على «صورة العلامة التجارية للبلد»، أما القطاع الخاص فيوفر الجزء الأكبر من الاستثمارات السياحية المتعلقة بالفنادق والمطاعم والمنتجات والقرى السياحية التي تزيد جاذبية للمنطقة السياحية، كما يعمل على تسويق كل الخدمات التي توفرها الدولة في سبيل تطوير صناعة السياحة في إطار تنظيمي وتشريعي يتكيف مع طبيعة هذه الصناعة.

¹ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Opcit.

²- SDAT 2025", Livre 2, op.cit, p 50-51.

فالعثور على حلول مبتكرة لتطوير القطاع السياحي يحتاج إلى شراكة بين القطاعين العام والخاص لاسيما في مجال النقل، طاقات الايواء، التشغيل، في ظل احترام مبادئ التنمية المستدامة والأخذ بعين الاعتبار مصالح الأجيال القادمة.

- فأهداف خطة الشراكة تكمن أساسا في صياغة السلسلة السياحية من البداية إلى النهاية، من خلال¹:
- جعل منصات الدخول إلى التراب الوطني جذابة: السفارات والقنصليات والمطارات والمراكز الدخول والموانئ والمحطات؛
- تحسين الخدمات الأساسية في المواقع السياحية (النظافة، المياه، الصرف الصحي، الطاقة، TICS)؛
- لتسهيل الوصول السريع إلى المنصات السياحية والقرى السياحية المتميزة؛
- تحسين الجودة من خلال التدريب المستمر؛
- الحفاظ على الثروة الطبيعية والتنوع البيولوجي.

خامسا - مخطط تمويل السياحة:

باعتبار السياحة صناعة تتطلب استثمارات طويلة الأجل فإن عوائدها تتسم بالبطء، فمسألة تحسين ربحية الاستثمار السياحي كهدف للشريك، للمركبي والمطور تتطلب مرافقة ودعم الدولة للمستثمرين سواء محليين أو أجانب مع تقديم لهم كل شروط التمويل الملائمة بجعل إجراءات منح القروض أكثر مرونة إلى تمديد مدة الإئتمان، حيث يهدف مخطط التمويل إلى²:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- جذب كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي بالجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وخاصة الاستثمار في إطار إنشاء «بنك الاستثمار السياحي» الذي سيطور تدابير الدعم والحوافز والمساعدة في تقييم المخاطر.

المبحث الرابع: دور الاستثمار السياحي في قضايا التنمية المستدامة في الجزائر

عملت الجزائر جاهدة على تطوير القطاع السياحي من خلال ما حضي به الاستثمار السياحي من تدابير تشجيع ودعم وحوافز على مستوى التشريع خاصة بعد التعديلات الأخيرة التي مسته سنة 2020 وهذا ما وضحنه في المبحث السابق، حيث تعتبر الجزائر الاستثمار السياحي قاطرة التنمية لتحقيق الاقلاع الاقتصادي باعتبار العلاقة وثيقة الصلة بين الاستثمار السياحي والتنمية المستدامة في تعزيز الازدهار الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة كجزء من أجندة الاقتصاد الأخضر.

¹ - SDAT 2025", Livre 2, op.cit, p 52.

² - إدير رانية، غزاري عمر، "الإستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030"، مجلة الإبداع، جامعة البليدة2، المجلد 09 العدد 01، 2019، ص99.

وتظهر فاعلية الاستثمار السياحي في تأثيره على أداء الاقتصاد الوطني كنشاط ديناميكي يؤثر ويتأثر بجميع استثمارات الأنشطة الاقتصادية في الدولة (فهو باعث للانتاج والاستثمار)، تعقبه سلسلة من الإيرادات التي تعمل على توفير المزيد من العملة الصعبة ومناصب عمل وتحسين المستوى المعيشي. فالاستثمار السياحي يعد الشريك الفاعل في تحريك عجلة التنمية السياحية المستدامة من خلال دوره الاقتصادي والاجتماعي والبيئي وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: دور الاستثمار السياحي في تحقيق البعد الإقتصادي للتنمية المستدامة

يبرز دور الاستثمارات السياحية في تحقيق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة من خلال قدرة القطاع السياحي في التأثير على بعض المتغيرات الاقتصادية منها:
أولاً-المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

يمثل إجمالي الناتج المحلي لقطاع السياحة والسفر القيمة المضافة للأنشطة التي تنتج السلع والخدمات الموجهة للسائح كالفنادق والنقل وشركات الطيران يضاف إليها السلع والخدمات المنتجة من قطاعات أخرى مرتبطة مباشرة بالسياح، أي المساهمة المباشرة وغير المباشرة لقطاع السياحة والسفر ويمكن أن نوضحها في الجدول رقم (54):

الجدول رقم (54): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 2006-2019

السنوات	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
المساهمة الإجمالية	6.2	6.8	6.9	6.8	6.8	6.8	6.6	6.7
المساهمة المباشرة	2.1	1.7	1.7	1.8	2	3.4	3.5	3.7

- المصدر: قاعدة بيانات العالم أطلس، مؤشرات السياحة الرئيسية، على الموقع:

<https://ar.knoema.com/atlas/%20consulter%20le25/05/2021>

أرقام الجدول رقم (54) تبين أن نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لم تتعدى 7%، في حين المساهمة المباشرة لم تتعدى 3.7% خلال الفترة 2006-2019، وهي نسبة ضئيلة، ونعتبرها نتيجة حتمية لارتفاع حصة المحروقات في إجمالي الناتج المحلي مما يؤكد إهمال القطاع السياحي كقطاع تنموي في الاقتصاد الوطني.

ثانياً-الإيرادات السياحية في الجزائر:

إيرادات السياحة تمثل كل النفقات التي يتكبدها الزائرون الدوليون المتجهون للجزائر بما في ذلك المدفوعات لشركات النقل الوطنية للنقل الدولي، والتي نوضحها في الجدول رقم (55) :

الجدول رقم (55): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر ونسبة مساهمتها في الصادرات مليار دولار

السنة	قيمة الصادرات الاجمالية	قيمة الإيرادات السياحية	إيرادات السياحة % من إجمالي الصادرات
2006	57.12	0.39	0.6
2008	82.03	0.47	0.57
2010	61.98	0.32	0.51
2012	77.12	0.95	1.23
2014	65.19	0.33	0.50
2016	33.40	0.35	1.04
2018	45.23	0.19	0.44
2019	24.81	0.14	0.56

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، على الموقع:

[https://data.albankaldawli.org/indicator DZ-AE-MC](https://data.albankaldawli.org/indicator/DZ-AE-MC) consulter le 26-05-2021

أرقام الجدول رقم (55) توضح أن الإيرادات السياحية عرفت تطورا سنة 2012 حيث وصلت إلى 0.95 مليار دولار وهي أكبر قيمة عرفتتها، لتعاود الانخفاض لتصل سنة 2019 إلى 0.14 مليار دولار وعموما عرفت الإيرادات السياحية تنديبا وهذا راجع لارتباطها المباشر بعدد السياح الوافدين إلى الجزائر فهناك علاقة طردية بين اقبال السياح وزيادة الإيرادات، فكلما زاد عدد السياح زادت الإيرادات السياحية، أما بالنسبة للإيرادات السياحية كنسبة من من إجمالي الصادرات فهي ضعيفة جدا ولا تكاد تذكر كون الاقتصاد الوطني يعتمد على 96% من الإيرادات النفطية و الباقي موزع على باقي القطاعات الاقتصادية، وهذه خاصية الاقتصادات الريعية.

ثالثا-التأثير على الميزان السياحي:

تسعى الجزائر إلى زيادة الطلب السياحي على منتجها السياحي ليسمح لها بزيادة في المداخيل لتمويل نفقاتها السياحية، حتى تحقق فائضا في الميزان التجاري الذي ينعكس إيجابا على ميزان مدفوعاتها، والجدول رقم (56) يوضح لنا تأثير القطاع السياحي على الميزان التجاري:

الجدول رقم (56): تأثير السياحة على الميزان التجاري في الجزائر 2006-2019 مليون دولار

السنوات	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
الإيرادات	0.39	0.47	0.32	0.95	0.33	0.35	0.19	0.14
النفقات	0.41	0.61	0.72	0.60	0.69	0.56	0.54	0.68
الميزان السياحي	-0.02	0.14-	0.4-	0.35-	0.36-	0.21-	0.35-	0.54-

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سابق.

أرقام الجدول رقم (56) أعلاه توضح أن الميزان السياحي سالب طيلة فترة الدراسة وهذا راجع إلى زيادة النفقات السياحية على الإيرادات نتيجة خروج عدد كبير من الجزائريين للسياحة نحو الخارج (السياحة العكسية)، بالمقابل انخفاض عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، فبالرغم من أن الجزائر من أجمل

بلدان العالم إلا أنها من أقل الأماكن التي يزورها السياح حيث تكشف أرقام البنك الدولي على أن 5.73 مليون جزائري غادرو الجزائر سنة 2019 مفضلين وجهات سياحية في حين استقبلت الجزائر 2.37 مليون سائح لنفس السنة¹، وأصبح الجزائري يفضل تونس، المغرب، مصر، الإمارات، اسبانيا، كوجهات سياحية مفضلة لديه لعدة إعتبارات منها جودة الخدمات المقدمة بأسعار تنافسية خاصة في القطاع الفندقي عما هي عليه في الجزائر.

رابعا-متوسط الإيراد السياحي من كل سائح :

زيادة الإيرادات السياحية تؤكد نجاح العرض السياحي وقدرته على جذب المزيد من السياح، كما يمكن أن لا يزيد عدد السياح في حين تطول إقامة السائح في البلد وبالتالي يزداد إنفاقه على كل الخدمات والتسهيلات المعروضة، وعلى هذا فمتوسط الإيراد السياحي لكل سائح يعتبر مؤشر أكثر دقة لقياس نجاعة القطاع السياحي في تحقيق إيرادات للاقتصاد الوطني، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (57):

الجدول رقم (57): متوسط الإيراد السياحي من كل سائح للجزائر 2006-2019

البيان	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
الإيرادات السياحية مليون \$	390	470	320	195	330	350	190	140
عدد السياح الوافدين مليون سائح	1.64	1.77	2.07	2.63	2.30	2.04	2.66	2.37
متوسط الإيراد السياحي \$	237	265	154.5	74.14	143.5	171.6	71.4	59.07

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سابق.

الجدول رقم (57) يبين كيفية حساب متوسط الإيراد السياحي المحقق من كل سائح بقسمة الإيرادات السياحية/ عدد السياح الوافدين للجزائر، حيث توضح أرقام الجدول أن هذا المتوسط تميز بالتذبذب، كما أنه لا يعكس زيادة عدد السياح ذلك أنه سنة 2012 شهدت الجزائر ارتفاع في عدد السياح بلغ 2.63 مليون سائح لكن الإيرادات كانت منخفضة بالمقارنة مع السنوات السابقة، وهذا راجع إلى انخفاض ليالي المبيت، أي عدم مكوث السائح عدة أيام بالجزائر وربما يرجع هذا إلى نقص في وسائل الراحة والترفيه العائلي والفعاليات الثقافية والرياضية وإقامة المعارض والمؤتمرات التي أصبحت مؤخرا من أهم مجالات الاستقطاب السياحي في العالم.

المطلب الثاني: دور الاستثمار السياحي في تحقيق البعد الإجتماعي للتنمية المستدامة

تعتبر مؤشرات البعد الإجتماعي للتنمية المستدامة غير قابلة للقياس مقارنة بمؤشرات البعد الإقتصادي، فالمؤشرات الإجتماعية تهتم بالغايات وبالوسائل التي تعمل على تحقيق تلك الغايات، حيث تعد الاستثمارات السياحية وسيلة من بين تلك الوسائل التي تشكل فرصة للقضاء على الفقر وتحسين المستوى المعيشي للأفراد، لكن من جهة أخرى قد تكون آثارها سلبية، ويمكن توضيحها فيما يلي:

¹ - بيانات البنك الدولي 2020، مرجع سابق.

أولاً- الدور الايجابي:

1- مساهمة الاستثمار السياحي في التشغيل والقضاء على البطالة:

يعتبر التشغيل من أهم المشاكل الإجتماعية الإقتصادية التي تسعى الجزائر إلى تجاوزها، فهي تعول على الإستثمارات السياحية لامتناس عدد كبير من البطالين لتوفير فرص شغل لهم سواء بطريقة مباشرة من خلال الاستثمار في صناعة الضيافة أو بطريقة غير مباشرة بتداخل إستثمارات القطاع السياحي مع استثمارات العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى كقطاع النقل والمواصلات والأشغال العمومية والخدمات الثقافية والترفيهية، والخدمات المصرفية والمالية، والبنية التحتية، وخدمات الترويج والدعاية التي تفتح فرص عمل كبيرة وتساهم بطريقة غير مباشرة في التوظيف، والجدول رقم (58) يوضح دور الاستثمارات السياحية في توفير فرص العمل المباشرة:

الجدول رقم (58): مساهمة الاستثمارات السياحية في توفير فرص العمل في الجزائر 2006-2019

البيان	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
النسبة من الإجمالي	2.3	2.4	2.5	2.8	2.7	2.9	3	2.8
الوظائف المباشرة ألف	223	227	254	392	305	320	329	309

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سابق.

أرقام الجدول رقم (58) تبين أن مساهمة الاستثمارات السياحية لتوفير فرص العمل في إرتفاع، حيث أن العمالة المباشرة في الجزائر موزعة على القطاع الفندقي، والمقاهي، والمطاعم والنقل السياحي، وهي في تزايد حيث ارتفعت من 223 ألف عامل سنة 2006 إلى أكثر من 329 ألف عامل سنة 2018 لتعاود الانخفاض إلى 309 ألف عامل، لكن تبقى نسب التشغيل بالنسبة لإجمالي العمالة منخفضة ولا تعكس حجم الأهداف الكمية المحددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفق 2030 خاصة فيما يخص تأهيل العنصر البشري في تسيير الفنادق والمؤسسات السياحية لتحسين جودة الخدمات، فهي مساهمة ضعيفة لا تخدم البعد الإجتماعي للتنمية المستدامة.

1-2- دور الاستثمار السياحي في تحسين المستوى المعيشي:

تعمل الاستثمارات السياحية على رفع المستوى المعيشي للمجتمعات المحلية وخاصة تلك المتواجدة في الأرياف والمناطق الصحراوية، من خلال إقامة مختلف المشاريع التي تخدم البنية التحتية للسياحة والتي تزيد من جاذبية هذه الأماكن فيستفيد منها المجتمع المحلي من جهة وتعمل على زيادة الطلب السياحي الذي يوفر فرص عمل جديدة من جهة أخرى، حيث تزود هذه الأخيرة السياحة بما تحتاجها من سلع وخدمات ومواد من قطاعات مختلفة كالزراعة والصناعة والنقل والحرف اليدوية والصناعات التقليدية التي يمتننها أفراد المجتمع المحلي.

كما أن توزيع مشاريع الاستثمار السياحي في الأقطاب السياحة السبعة سيعزز تنمية متوازنة بين الأقاليم، خاصة وأن المواقع الطبيعية والحضارية والأثرية تتوزع بينها، مما يعني العدالة في إعادة توزيع الدخول للأقاليم الأقل تنمية، فتصبح هذه الأماكن مقصدا ليس لجذب السياح فحسب بل لجذب سكانها في

حد ذاتهم والحد من هجرتهم إلى المناطق الحضرية، مما يساهم في إنعاش هذه المناطق وتعميق الوعي السياحي لدى سكانها.

وعلى هذا نؤكد ان الاستثمارات السياحية أدت إلى ارتباط مجموعة من النشاطات الإنتاجية والخدمية لقطاعات متعددة مع النشاط السياحي، فأصبح هذا الارتباط عضويًا، فمثلا لا وجود لنشاط سياحي في الصحراء الجزائرية كمنطقة الأهقار دون وجود نشاط مزدهر للصناعة التقليدية المتمثلة في الصناعات الجلدية والخشبية يجعلها تفتخر بمنتجاتها التي تقدمها للزائر كقطعة تذكارية يظهرها لأصدقائه أثناء عودته الى بلده الأصل، فأصبحت هذه المنتجات التقليدية منتجات سياحية تستهوي سياح المنطقة وتعرف رواجًا في فترة التواجد السياحي، هذا وإن عدد النشاطات الحرفية قدرت سنة 2018 بحوالي 300 ألف نشاط وحسب الاستراتيجية الوطنية للصناعات التقليدية والحرف (2015-2030) فستعرف النشاطات الحرفية ارتفاعا في 2020 بـ 330 ألف نشاط وفي 2025 إلى 515 ألف نشاط لتبلغ 830 ألف نشاط في 2030، وسيتمكن القطاع من توفير 1,55 مليون منصب شغل عام 2025 مع ناتج داخلي خام يقدر بـ 534 مليار دج و 2,5 مليون منصب شغل و 860 مليار دج كنتاج داخلي عام 2030¹.

واليوم تمثل الصناعات التقليدية قطبا تنمويا حيويا في خلق مناصب عمل وما تحققه من مداخيل للحرفيين والقائمين عليها بما يحسن من المستوى المعيشي والتشغيلي للبلاد ككل.

ثانيا- الدور السلبي:

- تظهر الآثار السلبية للاستثمار السياحي على البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة من خلال:
- التحولات الاجتماعية: إن الاستثمار في القرى السياحية والفنادق والمنتجعات قد يخلق تحولا اجتماعيا لسكان المنطقة لا يتلائم مع العادات الموروثة²؛
 - تصادم الثقافات حيث تختلف عادات وسلوك السياح عن عادات سكان الكثير من المناطق الجزائرية مما يخلق نفورا ورفضًا للسياحة في المنطقة؛
 - حدوث تغيير على مستوى المسار الاجتماعي والثقافي لبعض المناطق نتيجة تأثرها بعادات السياح، حيث لا تستطيع أن تحافظ على نمطها المحلي وأن تعيش حاضرها بعاداتها وتقاليدها الموروثة، فيتولد نمط جديد من الممارسات الثقافية والاجتماعية في بعض المناطق الجزائرية تحمل بين طياتها مبدأ التضاد والتغيير باسم الحداثة والتطور والذي أثر سلبا على كيان المجتمع المحلي³؛

¹-الوزارة المنتدبة المكلفة بالصناعات التقليدية، أبريل 2018، على الرابط:

<https://marsadz.com/consulterle:02/06/2021>

²-محمد عشري حسن عبد المهدي، "تقييم أثر التنمية السياحية المستدامة في تحقيق التنمية الاقتصادية في مصر"، مجلة السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد العاشر، العدد (1/1) مارس 2016، ص 177.

³-محمد سعدي، "العائلة عاداتها وتقاليدها بين الماضي والحاضر: الظاهرة الإحتفالية بالأعياد نموذجا"، المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية إنسانيات، العدد 4، 2013، ص 3.

- يعمل الاستثمار السياحي على خلق فرص عمل جديدة بالمناطق الريفية والناحية مما يحفز على نزوح الكثير من الأيدي العاملة في نشاطات مختلفة للعمل في أنشطة سياحية ذات دخل أفضل، وهذا ينعكس سلبا على النشاطات الأصلية للمنطقة ويضعف قاعدتها الاقتصادية حيث تصبح المنطقة تعتمد على موسمية السياحة.

المطلب الثالث: دور الإستثمار السياحي في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة

تعتبر المقومات الطبيعية والتاريخية والحضارية التي تزخر بها الجزائر المورد الحقيقي للجذب السياحي، وعلى هذا قام المشرع الجزائري بسن قوانين لحماية كل البيئة والمواقع السياحية الطبيعية من الاستثمارات التي يمكن أن تلحق بها أضراراً، بوضع التدابير الوقائية للحفاظ عليها من خلال جملة من القوانين التي تم شرحها في المبحث الثاني من هذا الفصل.

ويمكن للاستثمارات السياحية أن تحافظ على بقاء مواقع التراث الثقافي والطبيعي في الجزائر، أو العكس إذ تتسبب في تدهورها، ويمكن أن نصنف الأثر البيئي للاستثمار السياحي إلى:

أولاً- الأثار البيئية الايجابية للاستثمار السياحي: يمكن أن نوجزها في مايلي:

1- الاستثمارات السياحية لترميم المباني التراثية والأثرية: تشكل المباني الأثرية والقديمة واجهات المدن الكبرى في الجزائر لقرون، حيث بات الحل لحمايتها هو الترميم، فاليوم توجد الورش المفتوحة على المباني في الشوارع الرئيسية للجزائر العاصمة ووهران وعنابة وتلمسان وقسنطينة وغيرها من المدن الكبرى في محاولة لإعادة تهيئتها بالنظر إلى طابعها التاريخي والسياحي طبقاً للقانون الذي صدر عام 2004 المتعلق بالتهيئة والتعمير للإبقاء على معالم العاصمة والمدن الكبرى؛

2- تحسين صورة البيئة: تعمل الاستثمارات السياحية على تحسين الصورة البيئية لمواقع التراث الطبيعي والثقافي من خلال مراقبة التلوث ومنع رمي النفايات، فقد سمح ترميم الكثير من المعالم الأثرية في مدينة تلمسان التي تحتوي 70% من التراث الأثري الإسلامي في الجزائر على إعادة الصورة الجمالية لمواقع مثل منارة المنصورة، قلعة المشور، أسوار أغادير، الصوامع القديمة.

3- الارتقاء بمستوى العيش اللائق: تؤدي مشروعات الاستثمار السياحي إلى زيادة الاهتمام بالبنية التحتية من شبكات النقل، والاتصالات، وإمدادات الغاز وكهرباء والماء، إنشاء مدارس ومراكز صحية في المناطق السياحية الجبلية والوعرة، حيث أطلقت الجزائر سلسلة من المشاريع الإستثمارية والبرامج لفك العزلة على هذه المناطق والتي تتوزع على 28 ولاية شمالية تغطيها الجبال والغابات والأحراش والأراضي الفلاحية والتي يسكنها 9 مليون نسمة¹، مما عمل على تطوير تجربة سياحية جديدة للسياح للإستمتاع بالمناظر الجبلية بعيداً عن الفنادق، حيث لاقت رواجاً كبيراً لدى الشباب الجزائري بتتظيم رحلات سياحية لإستكشاف ما تزخر به الجزائر، لذا كان التخميم هو أحسن بديل لهم للإستمتاع بممارسة مختلف

¹ - وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، الفلاحة في المناطق الجبلية، على الموقع:

النشاطات الرياضية كالترشق والصيد، وساعد هذا على زيادة إقبال العائلات لهذه المناطق مع إضفاء طابع التأطير والتوعية بحماية البيئة في خطوة لتنشيط سوق السياحة البيئية في الجزائر، حيث عرفت السياحة الجبلية إنتشارا واسعا في المدة الأخيرة ومن أهمها جبال الشريعة بالبلدية، جبال تيكجدة بالبويرة، جبال العوانة بجيجل، جبال القبائل الكبرى أزفون بتيزي وزو، جبال الأوراس، حيث لا يفوت الزائر أن يأخذ هدية تذكارية حسب خصوصية كل منطقة سواء كانت حلي أو أواني فخارية أو منتجات أهل المنطقة من زيت الزيتون، العسل، التين، زيت الضرو، أعشاب طبية، فواكه جبلية...، وأصبح هناك يوم للإحتفال يدعى باليوم الدولي للجبل الذي أقيم سنة 2019 في جبال شيليا (أعلى قمة بجبال الأوراس 2328م) وتم من خلاله إنجاز عملية تشجير ألف شجرة تحت شعار " كل مواطن يغرس شجرة ".

ثانيا- الآثار البيئية السلبية للإستثمار السياحي:

تعد الفوائد الإقتصادية للإستثمارات السياحية سببا للتغاضي عن الآثار البيئية، لكن مفهوم التنمية المستدامة يضمن الإستفادة من الإستثمار السياحي دون الضرر بالبيئة، واليوم الجزائر تعاني من مشاكل بيئية كثيرة من تلوث الماء، التراب، الهواء، إستنزاف الموارد الطبيعية، النفايات، حيث ترتبط معظمها إرتباطا وثيقا بالإستثمارات، والتي سنوجزها في مايلي:

- تدهور الموارد السياحية نتيجة النفايات ومخلفات الإستثمارات الصناعية المستخدمة في عملية التصنيع أو الناتجة عنها، والتي أصبحت من أخطر مصادر تلوث المياه علاوة على تأثيرها على الصحة العامة؛
- يعد النقل مصدر رئيسي لانبعاثات الغازات الدفينة والمتسبب الأول في تلوث الهواء كونه من أبرز مستهلكي الوقود الأحفوري في الجزائر؛
- تدني نسبة المساحات الخضراء حيث تسببت الاستثمارات السياحية في الجزائر إلى إنخفاض في نسبة المساحات الفلاحية كما تراجع المساحة الإجمالية للغابات؛
- تمركز المشاريع الاستثمارية في المناطق الساحلية الجزائرية صاحبه زيادة تمركز التجمع السكاني مما أدى إلى ضغوطات على الموارد الطبيعية المحدودة خاصة من المياه والغابات والهواء وساهم في زيادة الإنبعاثات من غازات الإحتباس الحراري، كما أحدث إزدحاما في حركة المرور وفي الشوارع خلال فترة الذروة في الموسم السياحي، إضافة إلى تلوث وتدهور الشواطئ؛
- جراء الإزدهار الإقتصادي من الإستثمارات السياحية إمتد النشاط العمراني للمجتمع المحلي باتجاه عناصر الجذب السياحي مما سبب في تشويه الطابع العام لبعض المناطق التراثية والمباني التاريخية السياحية مثل القصبة بالعاصمة، قلعة بني حماد بالمسيلة، المنصورة بتلمسان.

خلاصة الفصل:

اتبعت الجزائر سياسات تنموية سياحية منذ الاستقلال (ميثاق السياحة 1966) إلى غاية الألفية الثالثة ببرمجة المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2030 هذا المخطط الطموح الذي يسعى إلى جعل الجزائر وجهة سياحية جذابة من خلال عرض سياحي متنوع وعالي الجودة خاصة وأن الجزائر تتمتع بموقع جغرافي وثروة طبيعية وتراث ثقافي وإرث حضاري مميز، يمكنها من توسيع الطلب السياحي، إلا أن طبيعة الاقتصاد الوطني الذي يعتمد على إيرادات المحروقات بنسبة 96% أعاقت تطور هذا القطاع الذي ظل هامشيا بدليل أن مبالغ الاستثمارات السياحية التي خصصت ضعيفة مقارنةً بالسياسات المالية التوسعية وكبير مساحة الجزائر، والذي انعكس مباشرة على حجم العرض السياحي ونوعيته التي لا تلبي الطلب السياحي، ولعل حالة الحظيرة الفندقية لسنة 2020 (126 ألف سرير) تؤكد ذلك حيث لم تتجاوز حتى الأهداف المتوسطة المدى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بلوغ (160 ألف سرير) سنة 2015، وبالرغم من إثراء قوانين الاستثمار السياحي وتهيئة مناطق التوسع السياحي التي لها الأولوية في الاستثمار، إلا أن قيمة الاستثمارات المسجلة في القطاع السياحي لم تتجاوز نسبة 6.64% من القيمة الإجمالية للاستثمارات بعدد مشاريع ضئيل جدا لم يتجاوز نسبة 1.36% من إجمالي حجم المشاريع السياحية، حيث يبدو جليا عدم توافق الأرقام التي كان من المنتظر تحقيقها مع الأرقام المسجلة على أرض الواقع لتكون النتيجة عدم قدرة الاستثمار السياحي في تحقيق البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للتنمية المستدامة في الجزائر، حيث ظلت مساهمة السياحة ضعيفة في الإقتصاد الوطني لا تتجاوز 3% مما يعكس المكانة الضعيفة لهذا القطاع كبدل تتموي مستدام.

الفصل الخامس:

تقييم أداء الإستثمار السياحي في

دول المقارنة (الجزائر، المغرب،

الإمارات العربية)

تمهيد:

تظهر ثمار التنمية السياحية المستدامة من خلال الدور التنموي للسياحة اقتصاديا واجتماعيا وبيئيا، وهذا بدوره يعتمد على حجم الاستثمارات المرصدة للقطاع السياحي والرؤية الإستراتيجية له، لهذا تتباين مكانة السياحة في الاقتصاديات من دولة لأخر تبعا لعدة عوامل أهمها مقومات الجذب التي تزخر بها كل دولة، حجم الاستثمارات السياحية، الدور التنموي للسياحة، إستراتيجية التسويق السياحي، تنافسية القطاع السياحي، وهذا ما سنتطرق إليه في دراسة مقارنة للبلدان محل الدراسة الجزائر، المغرب، الإمارات العربية المتحدة، أما عن سبب اختيارنا لهذه الدول، فيرجع إلى القرب الجغرافي وتشابه التضاريس (المقومات الطبيعية) والعادات والتقاليد مع المغرب، أما الإمارات باعتبارها دولة نفطية مثل الجزائر لكنها استطاعت أن تعمل على التنويع الاقتصادي لتصبح السياحة من أهم القطاعات المساهمة في إجمالي الناتج المحلي للإمارات.

وانطلاقا من كون السياحة قطاع إستراتيجي في تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، فنجاحه يتوقف على نجاح التخطيط السياحي كرؤية واعية تعمل كضابط للخطط السياحية التي تستهدف استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام المتوازن والأمن من جهة، ومن جهة أخرى يكون قابل للتنفيذ بحيث لا تتجاوز أهداف هذه الرؤى حدود الإمكان ولا تخرج عن دائرة المتاح.

وسنتناول في هذا الفصل عرضا تفصيليا لاستراتيجيات التنمية السياحية المستدامة لكل من المغرب والإمارات العربية ومقارنتها بمثلتها الجزائرية من خلال المباحث الثلاثة التالية:

- المبحث الأول: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في المغرب.
- المبحث الثاني: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الإمارات.
- المبحث الثالث: دراسة مقارنة أداء الإستثمار السياحي في كل من الجزائر، المغرب، والإمارات (قبل وأثناء الجائحة).

المبحث الأول: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في المغرب

يمتلك الوطن العربي مقومات جذب متنوعة تمتد من المحيط إلى الخليج، حيث شهدت مناطق العالم العربي أول أشكال الحضارة، بالأخص في مصر القديمة، والشام، وبلاد الرافدين، وشمال إفريقيا، والتي تركت بصمتها من الآثار والمعالم إلى يومنا هذا، بالإضافة إلى المناظر الطبيعية الخلابة، والجزائر والمغرب والإمارات على غرار الدول العربية تتوفر على مقومات سياحية على قدر من الأهمية ساعدتها على استقطاب السياح إقليمياً ودولياً، وقد تطرقنا إلى مقومات الجذب في الجزائر بالتفصيل في الفصل الرابع، لهذا سنركز على كل من المغرب والإمارات.

المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في المغرب

يمتلك المغرب موقعاً استراتيجياً هاماً بحكم قصر المسافة الفاصلة بينه وبين أوروبا عبر مضيق جبل طارق 15 كلم، حيث يقع شمال قارة أفريقيا، وتقدر مساحته 502142 كلم²، عاصمته الرباط، والمغرب من الدول المجاورة للجزائر من الجهة الشرقية والجنوب الشرقي، ويتفرد المغرب بأنه البلد الإفريقي الوحيد الذي يطل على المحيط الأطلسي والبحر المتوسط مما جعله يمتلك شريط ساحلي يمتد على طول 3422 كلم.

أولاً-المقومات الطبيعية للمغرب:

تتخلل المغرب سلاسل جبلية تشمل سلسلة الأطلس الكبير، إذ يمثل جبل "طوبقال" أعلى قمة في الوطن العربي 5064م، جبال الريف التي تعرف بالأطلس الساحلي على شكل أقواس واسعة أعلى قمة بها جبل "تدرغين" 2465م في الوسط و1800م في الشرق¹، إلى جانب ذلك هناك سلسلة الأطلس المتوسط وأشهرها جبل "بويبلان" الذي يبلغ ارتفاعه 3190م وجبل بوناصر 3326م الذي يتميز بكثرة لبحيرات والشلالات وتعتبر هذه الجبال خزان مياه للمغرب، حيث أن معظم الأنهار المهمة في هذا البلد تنبع من هذه الجبال²، أما الأطلس الصحراوي فتشرف سفوحها على سهل وادي درعة وسهل وادي سوس غرباً وأعلى قممها جبل سيروا 3340م كما تتميز سفوحها الغربية بأنها مغطاة بالحشائش والغابات أما الجنوبية فهي شبه جرداء³.

¹-علي ماي، دور "التسويق في تطوير القطاع السياحي، دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017-2018، ص84.

²-أيوب الشبكر، خلادي زوليخة، "واقع السياحة في المغرب وآليات تطويرها"، مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي بريكة، المجلد 02، العدد 02، 2021، ص13.

³-محصول عبد السلام، "دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات العربية"، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2013-2014، ص146.

أما السهول فهي تقع بين جبال الأطلس وهي سهول مرتفعة ذات تربة خصبة مثل سهل الحوز وتادلة والشاوية وسهل وادي درعة، سهل وادي سوس، سهل مراكش، تتخلل هذه السهول سبخات من أهمها سبخة تاه التي تقع -55 م تحت سطح البحر¹.

ويتوفر المغرب على شبكة مهمة من الأنهار والأودية أهمها وادي درعة طوله 1200 كلم وهو أطول واد في المغرب تستخدم مياهه في عملية ري بساتين النخيل والبساتين الصغيرة على طول النهر، نهر أم الربيع بطول 600 كلم، نهر سبو طوله 458 كلم.

أما الصحراء المغربية فهي تقع إلى الشرق تقع إلى الشرق والجنوب من جبال الأطلس وهو إقليم جاف مجرد يغطيه الحصى والرمال والفتات الصخرية والواحات المتناثرة.

كما يتميز مناخ المغرب بالتنوع بين رطب وشبه رطب في الشمال وفي السفوح الجبلية ويغلب عليه فصلين فصل شتاء طويل وممطر يدوم 8 أشهر وصيف قصير، ومناخ جاف وشبه جاف في مناطق السهول والهضاب الغربية وشرق البلاد، أما الجنوب والجنوب الشرقي فيتميز بمناخ صحراوي قاحل، هذا ويتميز الشمال بكمية أمطار كبيرة تصل إلى 500 مم سنويا وتقل تدريجيا في الجنوب، وقد أدت هذه الاختلافات في كمية المطر إلى تنوع نباتي كبير فالإقليم الجاف وشبه الجاف أصبح موطنًا لرعاة البادية، ومناطق الجبال العالية تسودها أيضًا حركة التنقل الرعوي الموسمي، بينما استقر المزارعون في مناطق الارتفاعات الوسطى وأقاليم السهول الساحلية.

تبلغ مساحة الغابات في المغرب حوالي 2.5 مليون هكتار، ويتميز الغطاء النباتي بوجود أصناف عديدة نذكر بينها: أرز، طلع، صنوبر، تين، أوكالبتوس، زيتون، أركان، حلفاء، وتتوفر على ثروة نباتية وحيوانية هامة تشمل 4000 نوع من النباتات 500 نوع من الفقاريات و6 حظائر وطنية، 2 حظائر طبيعية، 146 محمية طبيعية².

ثانياً - المقومات التاريخية والحضارية للمغرب:

يزخر المغرب بإرث حضاري وتاريخي عريق تعود جذوره إلى ما قبل التاريخ مثل "مقالع طوما" والتي تقع غرب الدار البيضاء حيث يتضمن الموقع على عظام حيوانات تعود إلى حوالي 700 ألف سنة قبل الميلاد، وكذلك "دار السلطان 2" الذي يقع جنوب الرباط ويعود تاريخه إلى حوالي 20 ألف سنة قبل الميلاد، "موقع ثمودة" الذي يقع على بعد 5 كلم من مدينة تطوان ويرجع تاريخه إلى القرن الثاني قبل الميلاد، وموقع كوطا جنوب طنجة يرجع تاريخه إلى القرن الأول قبل الميلاد.

بالإضافة إلى مدن كثيرة لعبت دورا كبيرا في الحضارة الإسلامية مثل مدينة فاس التي يعود تاريخها إلى القرن الثاني الهجري والتي ظلت محتفظة بآثارها كالسور وبواباته المتعددة بأقواسها ونقوشها البارزة وهي مسجلة في التراث العالمي، أيضا مدينة مراكش التي كانت عاصمة المغرب قديما وهي ثالث

¹ - أيوب الشيكور، خلادي زوليخة، مرجع سابق، ص 13.

² - فرارية فتيحة، "الصناعة السياحية في الدول المغاربية (حالة الجزائر، تونس، المغرب)"، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2018-2019، ص 145.

أكبر مدينة بعد الدار البيضاء والرباط، حيث تجمع هذه المدينة بين الطابع الصحراوي بنخيلها والطابع الجبلي بثلوجها ومن أهم معالمها: مسجد الكتبيين وجامع الفنا وقصر البديع وأضرحة سلالة السعدي¹، أما طنجة فتعد هي الأخرى من أروع مدن المغرب التي تقع على بعد عشرين ميلا فقط من ساحل اسبانيا بها مجموعة من المعالم السياحية الساحرة، بما في ذلك القصة التاريخية والسوق الكبير، إضافة إلى مجموعة من أجمل الفرص الترفيهية المثيرة للاهتمام والتي تبدأ من التسوق وحتى تناول الشاي بالنعناع، أما الدار البيضاء فهي أكبر مدن المغرب وهي العاصمة الاقتصادية له بها أهم معلم سياحي وهو مسجد الحسن الثاني الذي يعتبر من أكبر وأجمل المساجد في العالم إذ ينفرد ببنائه العملاق فوق مياه المحيط الأطلسي، ومئذنته الشاهقة الارتفاع وإبداعه المعماري.

وتبقى الرباط التي تقع على ساحل المحيط الأطلسي ليست مجرد عاصمة للمغرب فحسب، بل هي أيضا مدينة متعددة الأوجه الحضارية والأثرية، باعتبارها تجرّ وراءها حمولة تاريخية ومعالم أثرية ومعمارية تعود إلى أكثر من ثمانية قرون، مما أهلها لتصنّف تراثا عالميا من طرف اليونسكو سنة 2012، ومن أهم المعالم الأثرية في الرباط قصبة الأودية وهي قلعة محصنة تم إنشاؤها في عهد الموحدين، موقع شالة الأثري، صومعة حسان، ضريح الملك محمد الخامس، المدينة الجديدة التي تضم المتحف الأثري والمتحف البريدي المثير للدهشة في شارع محمد الخامس وأيضا تضم القصر الملكي كمقر لإقامة الملك.

هذا وقد عرف القطاع السياحي رواجا كبيرا في المغرب نتيجة الاهتمام المتزايد بتنظيم المهرجانات الثقافية والموسيقية العالمية ومهرجانات الأفلام والثقافة الشعبية، ومن أهمها المهرجان القومي للفنون الشعبية الذي تحتضنه مدينة مراكش كل سنة منذ سنة 1950 الذي يعد بمثابة متحف حي وسجل تاريخي فني يوثق تعبيرات فنية تتفتح على بصمات وتأثيرات عربية وأندلسية وأمازيغية وأفريقية حيث تشارك فيه فرق شعبية من دول العالم مما يضمن جاذبية لمدينة مراكش كوجهة سياحية وعاصمة للفنون والثقافات، أما أبرز المهرجانات الموسيقية العالمية التي يستضيفها المغرب: مهرجان "موازين ايقاعات العالم" وهو من أنجح المهرجانات في العالم وهو مهرجان سنوي يستضيف أشهر مشاهير الموسيقى على الصعيد العربي والعالمي، مهرجان "فاس للموسيقى الروحية"، مهرجان "كناوة وموسيقى العالم" الذي يقام سنويًا في مدينة الصويرة المصنفة تراثًا عالميًا من منظمة اليونسكو، مهرجان "وجدة الدولي لموسيقى فن الراي"، مهرجان "طنجار للجاز" الذي يقام في طنجة.

أما التظاهرات السينمائية فأهمها: المهرجان الدولي للفيلم بمراكش، مهرجان أكادير للسينما والهجرة، المهرجان الدولي لفيلم المرأة بسلا، مهرجان السينما الإفريقية بخريبكة، المهرجان الدولي للسينما بالداخلة، المهرجان الدولي لسينما التحريك بمكناس، المهرجان الدولي لأفلام البيئة بشفشاون.

¹ سميحة ناصر خليف، مقومات السياحة في المغرب، 21 نوفمبر 2018، على الرابط:

حيث تزيد هذه المهرجانات والتظاهرات من نشاط وحركة السياحة بالمناطق التي تنظم فيها مما ينعكس بالإيجاب على سكانها في توفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة ومن ثم تحسين مستوى المعيشة.

ثالثا - المقومات المادية للمغرب:

يمتلك المغرب هياكل قاعدية هامة تخدم النشاط السياحي، وساهمت في جودة الخدمات السياحية تماشيا مع العصرنة ومتطلبات السائح، من أهمها:

1- الحظيرة الفندقية:

يعد الإيواء السياحي أحد أهم الحلقات الرئيسية في سلسلة القيم السياحية في المغرب، وتحقيقا لهذا الغرض منحت وزارة السياحة المغربية اهتماما خاصا لهذا الفرع الذي يشكل عنصرا حاسما في اختيار الوجهة السياحية، وقد مكنت الجهود الكبيرة المبذولة من الزيادة في عدد مؤسسات الإيواء السياحي والطاقة الإيوائية، حيث ارتفعت من 5000 سرير سنة 1956 إلى 95180 سرير سنة 2000 لترتفع أكثر إلى 270651 سرير سنة 2020، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (59): تطور الطاقة الفندقية في المغرب للفترة 1990-2020

السنة	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2014	2016	2018	2020
عدد الفنادق	511	526	576	659	2171	2754	3199	3664	3689	4124
عدد الأسرة	88578	90511	95180	114350	174019	199748	223050	244971	261147	270651

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

-حسين بن العارية، محمد مدياني، "صناعة سياحية في الجزائر والمغرب، فرص وتحديات"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، المجلد 4، العدد 1، جوان 2018، ص 180.

-Royaume du Maroc, Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de

L'économie Sociale, "Indicateurs du secteur touristique, Capacité litière", 2021.

<https://mtataes.gov.ma/ar/metiers-touristiques-ar/hebergement-touristique> consulter le 08-07-2021

أرقام الجدول رقم (59) تبين بأن المغرب أولى اهتماما كبيرا بالقطاع السياحي فقد شهدت المؤسسات الفندقية تطورا خاصة في الألفية الثالثة حيث تعتبر سنة 2000 بداية لانتهاج سياسة تنمية جديدة في المغرب، أين ارتفعت بنسبة 247% للفترة 2000-2010 (من 567 فندقا إلى 2003 فندقا)، لترتفع إلى 105% للفترة 2010-2020 (من 2003 فندقا إلى 4124) لتشهد طاقات الإيواء تطورا كبيرا فارتفعت من 88 ألف سرير سنة 1990 إلى 95 ألف سرير سنة 2000 ثم إلى 270 ألف سرير سنة 2020 مما يفسر المكانة الهامة للقطاع السياحي في المغرب.

ولضمان جودة الخدمات السياحية تماشيا مع تطلعات الزبائن، تم إدخال نظام تصنيف هذه المؤسسات الفندقية على مستوى المملكة منذ سنة 2002 بموجب القانون رقم 00-61 (الصادر في 13 يونيو 2002)، كما تم تعديله بالقانون المتمم رقم 07-01 (الصادر في 23 ماي 2008) المتعلق

بالإقامات العقارية للإنعاش السياحي، وفي سنة 2015 أعدت وزارة السياحة إطارا قانونيا جديدا يتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي بموجب القانون رقم 14-80 الذي يندرج في إطار إستراتيجية قطاع السياحة "رؤية 2020"، و يسعى إلى جعل العرض السياحي في المغرب يتماشى والمعايير الدولية من خلال إدماج أفضل الممارسات وتكييفه مع تطور متطلبات السياح فيما يخص الجودة، وحفظ الصحة والسلامة والتنمية المستدامة¹، وفي إطار تبسيط نطاق التصنيف أصبح يشمل هذا الأخير على: الفنادق، والنادي الفندقي، والإقامة السياحية، ودار الضيافة، والرياض، والقصبة، والملجأ، والنزل والمخيم. كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (60): تطور طاقات الايواء في المغرب حسب الصنف للفترة 2012-2020

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
16527	16502	16413	16188	15945	15637	15447	14908	13160	فندق 1*
17042	16962	16564	16121	16025	15671	15247	14922	14382	فندق 2*
35725	35316	34256	33197	32549	31546	30391	29312	28884	فندق 3*
52168	52092	51242	50456	49135	46806	44311	43249	41595	فندق 4*
36051	35527	33499	32835	31589	29466	28610	28684	28273	فندق 5*
6363	6363	6052	6052	5626	5196	4832	4832	4654	فنادق فاخرة
25172	24718	23930	22380	21242	19109	17912	15188	14216	إقامات سياحية
20975	20975	20975	20720	20058	19692	19692	19692	18970	نوادي فندقية
31682	31616	30611	29519	27882	23625	23625	22185	20243	دور الضيافة
28901	28763	27605	26172	25030	23902	22974	19443	15371	فئات أخرى
270651	268834	261147	253721	244971	233550	223050	212415	199748	المجموع

Source: Royaume du Maroc, Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien ,Op.cit,

أرقام الجدول (60) تبين ارتفاع عدد الأسرة من سنة لأخرى إلا أن سنة 2020 سجلت زيادة تعد هي الأدنى حيث لم ترتفع طاقات الإيواء إلا ب 1817 سرير فقط، ويعود هذا إلى تأثر الاقتصاد العالمي وليس المغربي فقط بجائحة الكورونا التي كانت تداعياتها على الاستثمار وخيمة وبدرجة كبيرة على القطاع السياحي مما أدى إلى تراجع الحظيرة الفندقية، لكن الجدول يوضح أن الارتفاع في عدد الأسرة كان من نصيب المؤسسات الفندقية المصنفة، حيث تستحوذ على نسبة 65.2% من الطاقة الإجمالية لسنة 2020 مما يدل على الاستثمارات الهامة التي يوليها المغرب في المشاريع السياحية ذات النوعية الرفيعة لضمان معايير جودة الخدمات الفندقية المقدمة والمتمثلة في الفنادق 3*، 4*، 5* والنوادي الفندقية والفنادق الفاخرة والنوادي السياحية.

¹ - المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، الايواء السياحي، على الموقع:

<https://mtataes.gov.ma/ar/metiers-touristiques-ar/hebergement-touristique> consulter le 08-07-2021

أما توزيعها فنجد أن مراكش وأغادير والدار البيضاء تستحوذ تقريبا على نصف الطاقة الفندقية للمغرب بنسبة 27%، 14%، 8% على الترتيب¹.

2- البنية التحتية:

من ناحية البنية التحتية فالمغرب أولى عناية كبيرة بالنقل البري والبحري والجوي، حيث يمتلك 21 مطارا دوليا ومحليا، ويربطه 18 خطا جويا مع مختلف دول العالم، أما بالنسبة للنقل البري فهو يملك شبكة طرقات يبلغ طولها حتى سنة 2016 حوالي 59040 كلم منها 1800 كلم طرق سريعة مفتوحة أمام حركة السير وحوالي 960 كلم من الطرق السريعة حيث تؤمن أكثر من 90% من تنقلات الأشخاص وأكثر من 75% من نقل البضائع²، كما اعتمد المغرب استثمارات مالية ضخمة لإعادة تجديد وتطوير السكك الحديدية وبناء محطات قطار جديدة وعصرية واقتناء قطارات فائقة السرعة وتشديد خطوط سكك حديدية خاصة بها، وإلى غاية سنة 2018 وصل طول السكك الحديدية بالمغرب إلى 3815 كلم، منها 64% سكك مكهربة، و585 عربة لنقل المسافرين فيما وصل عدد المسافرين إلى 38 مليون مسافر سنة 2019.

أما في مجال النقل الجوي والبحري فالمغرب يتوفر على 33 مطارا منها 18 دولي والباقي داخلي، بالإضافة إلى 27 ميناء³.

3- وكالات السياحة والأسفار:

قدر عدد وكالات السياحة والأسفار في المغرب حتى سنة 2016 بأكثر من 941 وكالة يتمركز نصفها في مدينتي الدار البيضاء ومراكش، ويخضع نشاطها إلى القانون 96-31 المتعلق بالنظام الأساسي لوكلات الأسفار⁴، أما عدد المرشدين السياحيين فقد بلغ سنة 2020 حوالي 2759 مرشد سياحي يحدد القانون رقم 05.12 تنظيم مهنته لجعلها أكثر احترافية لضمان معايير جودة الخدمات المقدمة⁵.

¹ - Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de L'économie Sociale, op.cit.

² - المملكة المغربية، وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك، الأوراش والإصلاحات الكبرى 2012-2016، ص26.

³ - حسين بن العاربية، محمد مدياني، "صناعة سياحية في الجزائر والمغرب"، فرص وتحديات، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، المجلد 4، العدد1، جوان 2018، ص 176.

⁴ - ساعد بوراوي، "تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب) دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، 2016-2017، ص 159-160.

⁵ - المملكة المغربية، "المرشدون السياحيون"، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الجماعي.

4-الاتصالات:¹

كشفت الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات في المغرب أن الحظيرة الإجمالية لمشاركي الانترنت بلغت في مارس 2020 أكثر من 24.58 مليون مشترك، وفي ما يخص الجيل الرابع فقد بلغ عدد مشتركيه 13.4 مليوناً مسجلاً بدوره ارتفاعاً سنوياً يقدر بحوالي 48.8% وهو ما يمثل أكثر من 55% من حظيرة الإنترنت المتنقل، في حين بلغ عدد مشاركي الإنترنت بالألياف البصرية 105 آلاف مشترك، أما بخصوص حظيرة الهاتف المحمول فقد بلغ عدد مشتركها 45.87 مليون مشترك.

المطلب الثاني: مكانة القطاع السياحي في المغرب

شرع المغرب في الخوصصة سنة 1989 من خلال قانون 89/39 المؤرخ في 31-12-1989 الذي يرمي إلى تحرير التجارة الخارجية والانفتاح على السوق العالمية لترقية نوعية المنتجات الموجهة للتصدير وقد كان القطاع السياحي من بين القطاعات المعنية بالخوصصة، حيث قررت الدولة التنازل عن ملكية جزء من مؤسساتها الفندقية لفائدة الخواص وفعلاً تحولت ملكية 26 مؤسسة فندقية إلى القطاع الخاص سنة 1993، ومن هنا بدأت الرؤية الإستراتيجية للقطاع السياحي في إطار فكر ليبرالي انتهجه المغرب لإعادة بناء إقتصاده تماشياً مع التغيرات التي فرضتها السوق الدولية.

اليوم تشغل السياحة مكانة رفيعة في البنية الاقتصادية للمغرب، حيث تعتبر قطاع استراتيجي في التنمية الاقتصادية، فهي ثاني مساهم في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 11.4%، كما تعتبر مصدر مهم لخلق فرص العمل، وتمثل عائدات القطاع السياحي حوالي 10% من صادرات السلع والخدمات وتغطي 8% من عجز الميزان التجاري، وتكمن مكانة القطاع السياحي في المغرب من خلال الإصلاحات الجادة في المنظومة التشريعية والأطر القانونية التي تحكم الاستثمار السياحي من أجل تحسين تنافسية وجودة الخدمات على مستوى المؤسسات السياحية.

أولاً- المخططات التنموية السياحية في المغرب (1965-1992):

ركز المغرب بعد استقلاله سنة 1956 على تطوير السياحة من خلال المخططات التنموية لهيئة مناطق التوسع السياحي المتمثلة في:²

1-المخطط الثلاثي الأول 1965-1967: يهدف هذا المخطط إلى زيادة طاقات الإيواء بـ2000 سرير سنة 1967 في ست مناطق للتوسع السياحي على طول الشريط الساحلي، وخصص له استثمار بنسبة 6.4% من الميزانية الإجمالية للدولة، وقد حقق هذا المخطط أكثر من أهدافه المسطرة بزيادة 3500 سرير أي زيادة قدرها 150%.

¹- Agence Nationale de Règlementation des Télécommunications, Analyse de l'évolution des secteur des telecommunications au Maroc, Mars2020. Sur e site:

https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/2020_t1_memo.pdf , consulter le: 09-07-2021

²- هادية بجاوي، "السياحة و التنمية في المغربي العربي"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2011-2012، ص187 إلى 190.

2-المخطط الخماسي 1968-1972: خصص هذا المخطط مبلغ استثمار للمشاريع السياحية قدر بـ 760 ألف درهم لانجاز 3000 سرير جديد وقد حقق انجاز أكثر من 17000 سرير مما يثبت الإرادة الجدية لتطوير القطاع السياحي في المغرب.

3-المخطط الخماسي 1973-1977: يهدف هذا المخطط إلى زيادة الطاقة الفندقية بـ 5000 سرير، كما عمل على تشجيع السياحة الداخلية وتنويع المنتج السياحي حسب المناطق، وخصص له مبلغ استثمار 133 ألف درهم وحقق نتائج جد ايجابية في انجاز 15 ألف سرير.

المخطط الخماسي 1981-1985: اهتم بتطوير الطاقة الفندقية الموجهة للسياحة الداخلية حيث رصد له مبلغ استثمار قدر 164 ألف درهم مغربي لانجاز 32 ألف سرير تم انجاز 40% منها فقط.

4-المخطط الخماسي 1988-1992: أهم ما ميز هذه المرحلة هو التوجه نحو الخصوصية وتشجيع الاستثمار السياحي وفق تدابير تحفيزية، حيث اهتم هذا المخطط بسياحة الشباب وتسخير المخيمات العائلية، رصد له مبلغ استثمار بـ 675 ألف لانجاز 40 ألف سرير تم انجاز 47% منه فقط.

ثانيا-واقع قوانين الاستثمار السياحي في المغرب:

قام المغرب بعدة إصلاحات اقتصادية واجتماعية وقانونية لتأمين وتسهيل إقامة المستثمرين الأجانب عن طريق التدابير الضريبية المشجعة، وتبسيط وتوحيد المساطر عن طريق خلق مراكز جهوية للاستثمار، بدءا من:

1-قانون الاستثمار الصناعي سنة 1960: استحدث هذا القانون تنظيم وتقنين ضمان تحويل رؤوس الأموال بالعملة الصعبة بالنسبة للاستثمارات الأجنبية، والإعفاء من الرسوم الجمركية للمنتجات الجديدة المستوردة التي لا تنتج محليا وضمان استقرار السياسة الضريبية لمدة 10 سنوات¹، كما خص المشرع الاستثمار السياحي بمعاملة مميزة لا سيما للاستثمارات التي من شأنها أن ترفع من قدرة استقبال المملكة للوافدين الأجانب حيث اعتبرت جزءا لا يتجزأ من الصناعات القاعدية للمملكة المغربية².

2-قانون الاستثمار السياحي 1973: يعد أول قانون للاستثمار السياحي الذي ساهم في زيادة الطاقة الفندقية بـ 2500 سرير سنويا، حيث حاول المشرع المغربي سد ثغرة المضاربة في سوق الاستثمار السياحي حيث استحدث آليات جديدة تقوم على³:

- إلغاء منحة الدعم المقررة سابقا وتعويضها بمنحة لا تتعدى 15% لا تشمل العقار بحيث يتحمل المستثمر بالكامل تكاليفه؛

- تحديد 29 منطقة من مجموع 39 منطقة للتوسع السياحي لتستفيد من النظام الاستثماري التفاضلي نسبة الفائدة على القروض في هذه المناطق بمعدل 4%؛

- تكفل الدولة بتكوين الطبقة الشغيلة في مجال السياحة وتأهيلها.

¹ - هادية يحيوي ، مرجع سابق، ص 209-210.

² - المملكة المغربية، القرار رقم 327-67 المؤرخ في 04 جويلية 1967 الجريدة الرسمية رقم 2856 المؤرخ في 28 جويلية 1967

³ - هادية يحيوي، المرجع نفسه، ص 213.

لكن لم تسجل الاستثمارات السياحية آنذاك سوى 9% من إجمالي الاستثمارات نتيجة عزوف المستثمرين بسبب ظاهرة التضخم والمناخ السياسي المضطرب (انقلاب 1971، الاستيلاء على الصحراء الغربية 1975)

3- قانون الاستثمار 1983: جاء بمجموعة من الامتيازات للاستثمارات في إطار التقويم الهيكلي الذي أملاه البنك الدولي لانتهاج سياسة أكثر انفتاحا بنظرة جديدة للاستثمار في المؤسسات السياحية تشمل نوادي الألعاب، محطات الترحلق على الثلج، المطاعم، قصور المؤتمرات، النوادي والإقامات.

4- ميثاق الاستثمار 1995: تم اعتماد ميثاق الاستثمار الجديد بتاريخ 1 نوفمبر 1995 تحت رقم 95-18، لتشجيع المستثمرين الأجانب على إنجاز مشاريع استثمارية بالمغرب وتسجيل زيادة 2000 سيرير سنويا، بويعتبر هذا القانون نقطة تحول في السياسة الاستثمارية بالمغرب، التي قربت التشريع الاستثماري الوطني من المعايير الدولية، المرتبطة بالحكامة والشفافية والبساطة والمرونة، وتحسين العلاقة بين المستثمر والإدارة بغية الارتقاء بجودة مناخ الأعمال ومراجعة مجال التشجيع الجبائي واتخاذ تدابير تحفيزية للاستثمار.

وعملا على زيادة معدلات تنمية الاقتصاد المغربي خاصة في المناطق النائية والفقيرة اقتصاديا تبنى المغرب إستراتيجية لتطوير صناعة السياحة سنة 2001 من خلال رؤية 2010 بإحداث 160 ألف سيرير جديد، وتم مواصلة هذه الرؤية سنة 2011 بالإعلان عن رؤية 2020 والمخطط الأزرق وإنشاء الهيئة المغربية للاستثمار السياحي لرفع الطاقة الفندقية بـ200 ألف سيرير جديد وتوظيف 100 مليار درهم كاستثمارات سياحية، وتعزيز وجهة المغرب كبلد سياحي بامتياز حتى يكون سنة 2020 ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي¹.

ثالثا- واقع قوانين البيئة والتنمية المستدامة في المغرب:

المغرب من بين الدول السبابة في توجيه السياسة التشريعية التي تعنى بحماية البيئة بدءا بإحداث كتابة الدولة في البيئة منذ سنة 1972، إلى تأسيس المجلس الوطني للبيئة سنة 1995 ثم المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بموجب دستور 2011، هذا الدستور الذي شكل حدثا تاريخيا في المغرب نظر للمستجدات التي جاء بها لإعادة ترتيب الأدوار والقيام بإصلاح شامل للمؤسسات بجميع أشكالها من أجل الرفع من نجاعتها وفعاليتها، ومما لا شك فيه أن الحماية القانونية للبيئة، تشكل أحد المداخل الأساسية لصيانة البيئة وضبط أوضاعها، لذلك ظهر الاهتمام بإيجاد الوسائل القانونية لحماية البيئة منذ وقت مبكر، حيث يزخر التشريع المغربي بالعديد من النصوص القانونية التي تغطي مجموعة من المجالات البيئية، من مياه وغابات ونباتات وتطهير ومكافحة التلوث وحماية الثروة الحيوانية نذكر منها:

¹ - المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصادي والاجتماعي، مرجع سابق.

1-قانون 10.95 المتعلق بالماء(1995):¹ يهدف هذا القانون إلى تحقيق الأمن المائي على مستوى مجموع تراب المملكة ومحاربة التلوث بالمحافظة على الملك العام المائي وحمايته، وتخطيط تهيئة الأحواض المائية لاستعمال الموارد المائية.

2-قانون 11.03 المتعلق بحماية واستصلاح البيئة(2003):² يهدف هذا القانون إلى وضع القواعد الأساسية والمبادئ العامة للسياسة الوطنية في مجال حماية البيئة واستصلاحها من أجل تحسين إطار وظروف عيش الإنسان.

3-قانون 12.03 المتعلق بدراسة التأثير على البيئة (2003):³ جاء هذا القانون لتقييم ممنهج ومسبق للآثار المحتملة المباشرة وغير المباشرة، المؤقتة والدائمة للمشاريع الاستثمارية على البيئة، وبشكل خاص تقييم آثارها على الإنسان والحيوان والنبات والتربة والماء والهواء والمناخ والوسط الطبيعي والتوازن البيولوجي والممتلكات والمآثر التاريخية، والعمل على إزالة التأثيرات السلبية للمشروع أو التخفيف منها أو تعويضها.

4-قانون 13.03 المتعلق بمحاربة تلوث الهواء (2003):⁴ يعمل هذا القانون على اتخاذ كل الإجراءات والتدابير اللازمة لمراقبة التلوث الهوائي ووضع شبكات مراقبة جودة الهواء ورصد مصادر التلوث الثابتة والمتحركة، التي من شأنها إلحاق الضرر بصحة الإنسان وبالبيئة بصفة عامة.

5-قانون 28.00 المتعلق بتدبير النفايات والتخلص منها (2006):⁵ يهدف هذا القانون إلى حماية المياه والهواء والتربة والأنظمة البيئية والمواقع والمناظر الطبيعية والبيئة بصفة عامة ووقاية صحة الإنسان من الآثار الضارة للنفايات، واعتماد التخطيط على الصعيد الوطني والجهوي والمحلي في مجال تدبير النفايات والتخلص منها.

6-قانون 99.12 ميثاق البيئة والتنمية المستدامة:⁶ تم إعداد هذا الميثاق لتنفيذا للتوجيهات الملك محمد السادس، في خطابه بمناسبة عيد العرش بتاريخ 30 يوليوز 2010، ويعتبر ميثاق البيئة والتنمية المستدامة

¹ ظهير شريف رقم 1-95-154 الصادر في 16 غشت 1995 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 95-10 المتعلق بالماء، الجريدة الرسمية، العدد 4325 بتاريخ 20 سبتمبر 1995.

² ظهير شريف رقم 1-02-59 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 03-11 المتعلق بحماية واستصلاح البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.

³ ظهير شريف رقم 1-03-60 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 03-11 المتعلق بدراسات التأثير على البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.

⁴ ظهير شريف رقم 1-03-61 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 03-13 المتعلق بمحاربة تلوث الهواء، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.

⁵ ظهير شريف رقم 1-06-153 الصادر في 22 نوفمبر 2006 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 00-28 المتعلق بتدابير النفايات والتخلص منها، الجريدة الرسمية، العدد 5480 بتاريخ 2 ديسمبر 2006.

⁶ المملكة المغربية، وزارة الطاقة والمعادن والبيئة- قطاع البيئة- الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، على الموقع:

<https://www.environnement.gov.ma/ar/strategies-programmes-ar>, consulter le: 12-06-2021.

ميثاقا وطنيا شاملا للبيئة يستهدف الحفاظ على مجالاتها وحماية مواردها الطبيعية ضمن تنمية مستدامة، حيث يعد القطاع السياحي من بين الأنشطة والقطاعات التي تتوفر على إمكانية عالية للاستدامة وتكتسي طابعا أولويا من حيث متطلبات التقيد بالتنمية المستدامة.

وقد تم في هذا الميثاق اعتماد إستراتيجيتين:

• **الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة:** تم إعداد هذه الاستراتيجية سنة 2013، وتم المصادقة عليها سنة 2016 وشرع في تنفيذها سنة 2017، تتماشى هذه الإستراتيجية مع التجارب الدولية الناجحة وتأخذ بعين الاعتبار تحديات التنمية المستدامة التي التزمت بها المملكة كمكافحة التغير المناخي ومحاربة التصحر وحماية التنوع البيولوجي، وتأخذ بعين الاعتبار الإستراتيجيات القطاعية التي تم الشروع في إنجازها والعمل بها على المستوى الجهوي كالإستراتيجية الوطنية للماء والإستراتيجية الطاقية ومخطط المغرب الأخضر والمبادرة الوطنية للتنمية البشرية والميثاق الوطني الصناعي، ورؤية 2020 للسياحة وأهدافها البيئية، وخصوصا في تهيئة المركبات السياحية وتنفيذ الميثاق المغربي للسياحة المسؤولة وتثمين العلامات الإيكولوجية "Ecolaheb" للسياحة.

ويعد المغرب أول بلد إفريقي يستضيف قمة مؤتمر الأطراف في عام 2001 في مراكش (مؤتمر الأطراف السابع (COP7)، والتي ساهمت في تفعيل اتفاق كيوتو، وفي نوفمبر 2016، تم اختيار المغرب للمرة الثانية لاستضافة مؤتمر COP22، التي توجت مفاوضاته بإطلاق مبادرة "الحزام الأزرق" بهدف تحفيز قطاع الصيد في المغرب، وتمثل هذه المؤتمرات بداية انخراط والتزام المملكة المغربية التام في مجتمع دولي أكثر وعياً من أي وقت مضى بالحاجة إلى مكافحة تغير المناخ.

• **الإستراتيجية الوطنية لحماية البيئة:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى الأخذ بعين الاعتبار للبعد البيئي في مجمل القطاعات وتدعيم قياس الأداء البيئي وإدخال التقييم البيئي الإستراتيجي لدى السياسات والمخططات والبرامج على جميع المستويات.

7-قانون 22.02 المتعلق بالمناطق المحمية(2010):¹ يتوفر المغرب على تراث طبيعي غني بالأنواع النادرة والأنظمة البيئية الطبيعية ومناظر ذات قيمة عالية، ووعيا بأهمية صون هذا التراث قام المشرع بإنشاء هذا القانون من أجل حماية الأنواع المهددة بالانقراض والمحافظة على التنوع البيولوجي والتراث الطبيعي والثقافي وتثمينه، وتوعية المواطنين والترفيه عنهم، وإنعاش السياحة الإيكولوجية والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة.

8-قانون رقم 77.15 (2015):² يقضي بمنع صنع الأكياس من مادة البلاستيك واستيرادها وتصديرها وتسويقها واستعماله.

¹ - ظهير شريف رقم 1-10-123 الصادر في 16 يوليوز 2010 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 07-22 المتعلق بالمناطق المحمية الجريدة الرسمية، العدد 5861 بتاريخ 2 سبتمبر 2010.

² - ظهير شريف رقم 1.15.148 صادر 7 ديسمبر 2015 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 77.15 القاضي بمنع صنع الأكياس من مادة البلاستيك واستيرادها وتصديرها وتسويقها واستعمالها .

9-قانون رقم 81.12 المتعلق بالساحل(2015):¹ يحدد هذا القانون المبادئ والقواعد الأساسية من أجل تدبير مستدام للساحل قصد حمايته واستصلاحه والمحافظة عليه وعلى المواقع الساحلية السياحية، مع ضمان إعادة تأهيل المناطق والمواقع الملوثة أو المتدهورة.

المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في المغرب

يزخر اليوم المغرب بتنوع منتجاته السياحية (السياحة الشاطئية، سياحة المدن العتيقة، السياحة الجبلية، السياحة الدينية، سياحة المهرجانات، السياحة الرياضية، وسياحة الطبخ)، مما جعله قطبا سياحيا يتوافد عليه السياح من كل أنحاء العالم، وهذا بفضل تبني المغرب لاستراتيجيات هامة في بداية الألفية الثالثة تمثل أهداف مستقبلية يسعى للوصول إليها، وتتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:

أولا-رؤية 2010:

عبر المغرب عن اهتمامه الشديد بالقطاع السياحي بوضع إستراتيجية جديدة سنة 2000 اعتبرت نقطة تحول في السياسة السياحية للمغرب من خلال رؤية 2010 التي تهدف إلى تحقيق الأهداف الكمية التالية:²

- (1) جلب 10 مليون سائح؛
- (2) استحداث 600 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر جديد؛
- (3) بلوغ 230 ألف سرير، أي إضافة 160 ألف سرير جديد؛
- (4) تحقيق مداخيل تقدر بـ80 مليار درهم؛
- (5) تطوير مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام إلى 20%؛
- (6) تحقيق استثمارات بالعملة الصعبة تصل إلى 8-9 مليار أورو.

وتقوم رؤية 2010 على ستة ركائز كبرى من شأنها دعم التنمية المستدامة تتمثل في:³

- خلق ثقافة تدريبية تشاركية بين القطاع العام والخاص في إطار برنامج تعاقدى يسعى إلى تحفيز الاستثمار وإنعاش السياحة؛
- خلق محطات سياحية جديدة في إطار ما يسمى بالمخطط الأزرق؛
- تطوير المنتج الثقافي والشاطئي والقروي؛
- تحسين النقل الجوي؛
- الارتقاء بالتكوين؛
- التسويق.

¹ - ظهير شريف رقم 1.15.87 صادر في (16 يوليو 2015) بتنفيذ القانون رقم 81.12 المتعلق بالساحل.

² - هادية يحيوي، مرجع سابق، ص214.

³ - صبيحي شهباناز، "استراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دراسة مقارنة بين المغرب والجزائر"، مجلة الحوار الفكري، جامعة الوادي، مجلة 15، عدد 01، 2020، ص74-75.

وقد سجلت السياحة المغربية في إطار رؤية 2010 نتائج ايجابية ملموسة سواء على المستوى الكمي أو الكيفي حيث بلغت الأهداف المحققة في المتوسط نسبة 70%.

ثانيا- رؤية 2020:

إن الأسس التي تبناها المغرب في رؤية 2010 سمحت له برسم طموحات أكبر للتنمية السياحية في العشرية المقبلة (2011-2020) والتي تعززت برؤية 2020 في إطار الاستمرارية للحفاظ على تنوع التراث الثقافي والطبيعي للمملكة، كما تضع التنمية المستدامة في قلب طموحاتها، حيث سيكون المغرب سنة 2020 ضمن الوجيهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي.

وتعمل رؤية 2020 على مضاعفة حجم القطاع السياحي تحقيقا للأهداف الكمية التالية:¹

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد؛
- مضاعفة عدد السياح الوافدين وجذب مليون سائح من الأسواق النامية؛
- مضاعفة عدد الرحلات الداخلية ثلاث مرات بهدف ديمقطة السياحة في البلاد؛
- خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية؛
- الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم سنة 2020، أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية بنهاية العشرية؛
- رفع نسبة الناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني بنقطتين من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم، مقابل 60 مليار المسجلة حاليا.

وتحقيق أهداف هذه الرؤية يرتكز على ثلاثة محاور أساسية:²

1- سياسة تهيئة ترابية للعرض السياحي تضمن توزيع أرباح السياحة واستفادة جميع جهات المملكة من التنمية الاجتماعية والاقتصادية

2- هيكل جديد للحكومة قادر على توفير الدينامكية والريادة الضروريتين؛

3- منهجية مندمجة للتنمية المستدامة، تحترم البيئة والأصالة السوسيو ثقافية.

أما المخططات العملية للاستراتيجية السياحية 2020 تتمثل في:³

- **مخطط التنمية السياحية للأقاليم والجهات:** لتطوير العرض السياحي قام المغرب بإنشاء ثمانية مناطق سياحية مندمجة ومتكاملة تعمل على إشراك كل الفاعلين في القطاع السياحي
- **مخطط المنتج السياحي:** وهذا عن طريق تنوع المنتج السياحي وتحسين جودته
- **مخطط التمويل والدعم:** لتمويل المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي تم انشاء:

¹ - المملكة المغربية، "إستراتيجية السياحة بالمغرب"، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصادي والاجتماعي.

² - المملكة المغربية، المرجع نفسه.

³ - لفايدة عبد الله، بوعروج لمياء، "إستراتيجية التنمية السياحية في البلدان المغاربية: دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب"، مجلة البدائل الادارية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، 2019، ص 128.

- الصندوق المغربي للتنمية السياحية "والذي خصص له رأسمال قدر ب 15 مليار درهم خلال العشر سنوات القادمة.
- صندوق رينوفتيل RENOVOTEL¹ تم انشاؤه في يوليو 2012، وهو صندوق للتمويل المشترك مع البنوك لرفع مستوى الوحدات الفندقية، ويتم التمويل كمايلي:

الجدول رقم (61): تمويل صندوق رينوفتيل للمنشآت السياحية بالمغرب

فنادق (4 و'5)، والنوادي الفندقية	فنادق ('1 إلى 3)، الاقامات، والمنازل الفندقية	
15	10	التمويل الذاتي (min)
35	45	رينوفتيل (max)
50	45	القرض البنكي (max)

Source: Renovotel, mecanisme d'appui aux entreprises touristiques, sur le site: https://mtataes.gov.ma/wp-content/uploads/2020/02/brochure_renovotel-fr_opt.pdf?x75698 consulter le 11/06/ 2021

أما تكلفة التمويل للغرفة الواحدة تصل إلى:

- 250 000 درهم للفنادق خمسة نجوم؛

- 200 000 درهم للفنادق أربعة نجوم و النوادي الفندقية؛

- 130 000 درهم الفنادق ثلاثة نجوم والاقامات الفندقية؛

- 100 000 درهم للفنادق ذات نجمتين والمنازل الفندقية؛

- 80 000 درهم للفنادق نجمة واحدة.

➤ **مخطط الترويج وتسويق الوجهة السياحية:** يتم تسويق وترويج وجهة المغرب من خلال عقد شراكات مع الفاعلين الدوليين في مجال السياحة مع نظرائهم المغاربة كمنظمي الرحلات السياحية التقليديين، ومنظمي الرحلات السياحية عبر الانترنت، وشبكات التوزيع، وشركات الطيران، وأيضاً من خلال التظاهرات والصالونات والمعارض، وتكثيف التواجد الرقمي.

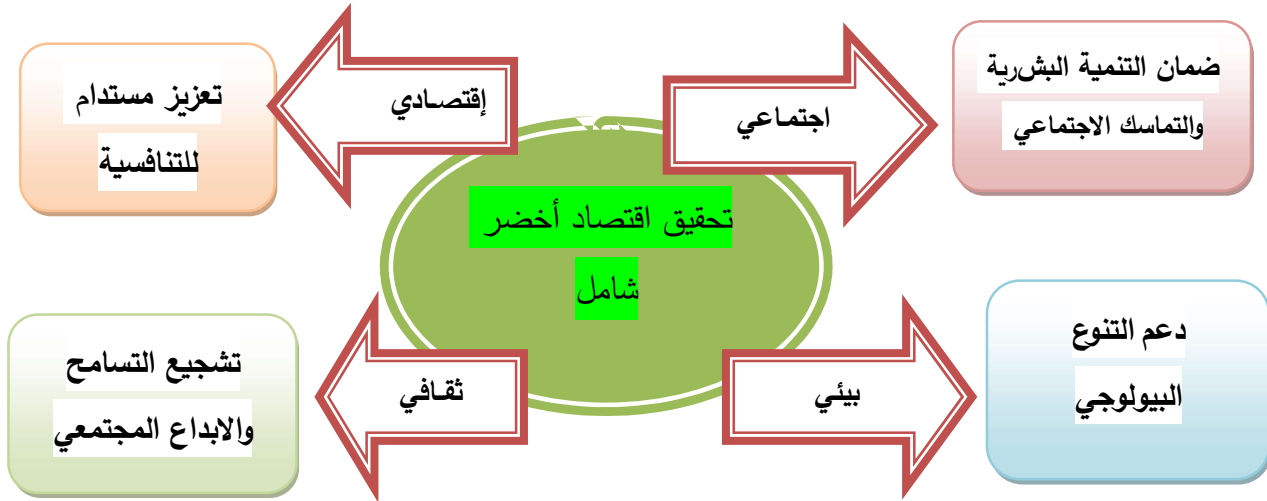
➤ **مخطط التنمية المستدامة للمغرب:** يهدف إلى تحقيق اقتصاد أخضر شامل بالمغرب ويعتمد على أربعة رؤى يوضحها الشكل التالي:²

¹- RENOVOTEL, Mécanisme d'appui aux Entreprises Touristiques: Renovotel, sur le site:

https://mtataes.gov.ma/wp-content/uploads/2020/02/brochure_renovotel_-fr_opt.pdf?x75698 consulter le 11/06/ 2021

²- مقطيط مجد، "السياسة البيئية الوطنية وأهداف التنمية المستدامة"، تقرير عن السياسات البيئية، المملكة المغربية، 2017،

الشكل رقم (38): رؤية الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة للمغرب



المصدر: مقطيط محمد، السياسة البيئية الوطنية وأهداف التنمية المستدامة، تقرير عن السياسات البيئية، المملكة المغربية، 2017، ص 9.

الشكل أعلاه يوضح أن الرؤى الأربعة التي تقوم عليها استراتيجية التنمية المستدامة تعتمد على 7 رهانات كبرى تضم 31 محورا استراتيجيا منها التنمية السياحة المستدامة التي تعد من أهم رهاناتها، وفيما يلي الرهانات الأساسية الكبرى:

- 1- تعزيز حكمة التنمية؛
- 2- إنجاح الانتقال نحو الاقتصاد الأخضر؛
- 3- تحسين تدبير وتثمين الموارد الطبيعية وتعزيز المحافظة على التنوع البيولوجي؛
- 4- تفعيل السياسة الوطنية لمكافحة التغير المناخي؛
- 5- اعطاء أهمية خاصة للمجالات الهشة؛
- 6- تجميع التنمية البشرية وتقليص القوارق الترابية؛
- 7- تطوير المعرف المرتبطة بالتنمية المستدامة.

وفي في إطار رؤية 2020 أبدت المملكة المغربية رغبتها في تعزيز السياحة المستدامة التي تحترم الإنسان والبيئة وهذا باعتمادها الميثاق المغربي للسياحة المسؤولة.

➤ **الميثاق المغربي للسياحة المسؤولة:** هو ميثاق اعتمده المغرب في جانفي 2016، والذي وقعت عليه أكثر من 60 مدينة مغربية، ليكون إطارا مرجعيا وأداة توحد جهود جميع الفاعلين في القطاع السياحي، وبهذا يعتبر المغرب بلدا يجمع بين التنوع (الطبيعي والثقافي) والمسؤولية البيئية تثمينا للسياحة التي تخلق الثروة.

ويرتكز ميثاق الاستدامة على أربعة مبادئ:

- 1) حماية البيئة والتنوع البيولوجي؛
- 2) ضمان استمرارية الثقافة والتراث؛

(3) إعطاء الأولوية للتنمية المحلية واحترام المجتمعات المستضيفة؛

(4) اعتماد مبدأ النزاهة والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية.

ويسعى الميثاق من خلال هذه الالتزامات إلى ترسيخ مبدأ أن السياحة المستدامة هي اليوم شأن جماعي وذلك عبر مجموعة من الإجراءات التي تهم المؤسسات العمومية والخواص والمستثمرين والمهنيين والمجتمع المدني والسياح للحفاظ على الموارد الطبيعية وتثمين البعد الثقافي والتراثي للمغرب.

المبحث الثاني: تشخيص إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الإمارات

تأتي الإمارات العربية المتحدة على رأس الدول الأكثر نمواً من حيث الرفاهية والاقتصاد، حيث تعد أكبر ثاني دولة في العالم من حيث القوة الشرائية للفرد الواحد، كما تعتبر من الدول الأكثر جذباً للسياح على الصعيد العربي، وذلك بفضل مدينة دبي التي اكتسبت شهرة دولية من خلال السياحة الفاخرة وأصبحت رابع وجهة سياحية في العالم من حيث السياح الدوليين متفوقة بذلك على كل من نيويورك وميونخ وبرشلونة وطوكيو وشنغهاي، وبذلك أصبحت الإمارات تعتمد بشكل كبير على السياحة كواحدة من أهم القطاعات غير النفطية في الدولة.

المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الإمارات

الإمارات العربية المتحدة هي دولة اتحادية تقع شرق شبه الجزيرة العربية في جنوب غرب قارة آسيا مطلة على الشاطئ الجنوبي للخليج العربي، عاصمتها أبو ظبي، تقدر المساحة الإجمالية لدولة الإمارات 86716 كلم²، بلغ عدد سكانها سنة 2019 حسب إحصائيات البنك الدولي 9.7 مليون نسمة منهم 12% مواطنين إمارتيين أما 78% فهم من جنسيات مختلفة (عمالة ومستثمرين)¹، الإمارات لها حدود بحرية مشتركة من الشمال الغربي مع دولة قطر ومن الغرب حدود برية وبحرية مع المملكة العربية السعودية ومن الجنوب الشرقي مع سلطنة عمان، تأتي تسمية الإمارات نسبة إلى الإمارات السبع التي شكلت اتحاداً فيما بينها عام 1971 وهي: إمارة أبو ظبي، إمارة دبي، إمارة الشارقة، إمارة رأس الخيمة، إمارة عجمان، إمارة أم قيوين وإمارة الفجيرة، وتعتبر إمارة أبو ظبي أكبر إمارة حيث تبلغ مساحتها نسبة 86.67% من مساحة الدولة وتأتي بعدها دبي بنسبة 5% حيث تعتبر دبي العاصمة الاقتصادية والسياحية لدولة الإمارات، أما إمارة عجمان فهي أقل الإمارات مساحة حيث لا تتجاوز 0.33% من مساحة الدولة².

أولاً- مقومات الجذب الطبيعية:

الطبيعة التضاريسية لمعظم أراضي الإمارات هي صحارى تتخللها واحات، وهي امتداد طبيعي لصحراء الربع الخالي السعودية، وتدعى أيضاً "المنطقة المنخفضة" وترتفع عن سطح البحر ب 300م

¹ حنان فوزي، مساحة الإمارات وعدد سكانها في الوقت الحالي، 23 يوليو 2019، على الموقع:

<https://www.mosoah.com/references/archives> consulter le 19-05-2021

² ويكيبيديا، جغرافيا الإمارات العربية المتحدة: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%> consulter le 16-072021

وهي غنية بالكثبان الرملية، والسبخات في الجزء الغربي منها، وتمتد نحو الجنوب بطول 120 كم مجتازة أراضي السعودية، يمتد ساحل الإمارات على مسافة 644 كم على الساحل الجنوبي من الخليج العربي، وقبالة الساحل تتبع للإمارات مئات من الجزر الصغيرة المتناثرة في الخليج، نحو 200 منها تابعة لإمارة أبو ظبي وحدها، وأهمها جزيرة صير بني ياس التي تحولت إلى واحة، ومحمية طبيعية للحيوانات والطيور¹ وجزيرة دلما وجزيرة أبو موسى وطنب الكبرى وطنب الصغرى التي تحتلها إبران حالياً، فالساحل يشكل القسم الثالث من تضاريس الإمارات فهو ساحل ذو شواطئ رملية ما عدا مناطق الشمال في رأس الخيمة التي تشكل رأس سلسلة جبال حجر، كما يحوي الساحل أيضاً تلالاً على اليابسة كجبل الظنة الذي يبلغ ارتفاعه 99 متر، أما السلاسل الجبلية فهي تشكل القسم الثاني من طبيعة الإمارات الصحراوية، وأهمها سلسلة الجبال الشمالية الموازية لخط ساحل عمان وأعلى قممها هو جبل حفيت 1200م.

وتضم الإمارات العربية مجموعة متميزة من المحميات تصل مساحتها إلى أكثر من 5036.24 كلم² أي ما يعادل 6% من إجمالي مساحة الدولة، وتتوزع هذه المحميات في أبوظبي (محمية مروح المائية، والياسات)، دبي (لزمية رأس الخور، وجبل علي، وصحراء دبي)، والشارقة (خور كلباء، والغيل، ووادي الحلو، والبردي، والرمثاء)، وعجمان (الزوراء في خور عجمان)، والفجّة (البادية، وجزيرة الطيور)². كما تعتبر المناطق التي تتجمع فيها المياه على مدار السنة في الإمارات موطناً لأكثر من 400 نوعاً من الطيور وأهمها منطقة رأس الخور في دبي التي تعد موطناً لطائر بلشوف الصخر، فلامنغو، والنسور الدرقة.

أما المناخ الذي يسود الإمارات فهو مناخ صحراوي يتميز بشتاء دافئ ومشمس وقليل الأمطار يمتد من شهر نوفمبر إلى شهر مارس، أما الصيف فهو شديد الحرارة تفوق 45 درجة مئوية وشديد الرطوبة أيضاً يمتد من شهر أبريل إلى شهر أكتوبر.

ثانياً- مقومات الجذب التاريخية:

وفق ما أثبتته النقوش والرسوم واللقى الأثرية للبعثات العالمية منذ مطلع الخمسينيات من القرن المنصرم فإن الإمارات العربية شهدت حضارات قديمة مزدهرة بدءاً من العصر الحجري الحديث 6000 ق م إلى العصر البرونزي وصولاً إلى العصر الحديدي، هذه الحضارات التي خلفت الكثير من المعالم التاريخية المتناثرة في دولة الإمارات نذكر منها:³

¹ صبيحي شهيناز، "العولمة السياحية - الإمارات العربية المتحدة نموذجاً" - مجلة البحوث والدراسات، جامعة الوادي، المجلد 15، العدد 02، 2019، ص 309.

² فيروز قطاف، عبلة بزقرار، "مؤشرات ريادة القطاع السياحي، تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة"، مجلة الهقار للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي تندوف، الجزائر، 2017، ص 43.

³ - وزارة شؤون الرئاسة، الأرشيف الوطني، حضارة دولة الإمارات العربية المتحدة، على الرابط:

<https://www.na.ae/ar/education/historicalperiods/civilization.aspx> consulter le 16-07-2021

- **المدافن الجماعية:** وهي شبيهة بخلايا النحل التي عثر عليها في "جبل حفيت" في منطقة العين التابعة لإمارة أبوظبي والتي يعود تاريخها للعصر البرونزي (3200 ق م-2500 ق م).
 - **آثار جزيرة "أم النار":** موجودة بأبوظبي هذه الآثار التي تمثل ذروة حضارة العصر البرونزي ويعود تاريخها إلى 2500-2000 ق م، وقد عثر في هذا الموقع على 40 تلاً دفينا والكثير من القبور مستديرة الشكل ومساكن مبنية من الحجر.
 - **مواقع "وادي سوق":** يقع بين العين وساحل عمان والذي يعود هو الآخر إلى الحقبة البرونزية، أين تم العثور على عدد من المقابر ورؤوس الرماح، والأواني والجواهر المشغولة من الذهب والفضة في مناطق تشمل "رأس الخيمة، و"خور فكان" و"جبل البحيص" بالشارقة، و"القصيص" بدبي.
 - **"الجزيرة الحمراء":** التي تقع برأس الخيمة، وهي قرية صغيرة مهجورة تعرف باسم مدينة الأشباح، ويعود تاريخها إلى القرن 14م ما يجعل منها وجهة مثيرة للاهتمام لهواة التاريخ.
 - **موقع "بدع بنت سعود":** هو موقع أثري يمثل مرتفع صخري يصل طوله إلى 40 م، يقع شمال مدينة العين في إمارة أبوظبي، يضم الموقع عددا من المدافن الحجرية الدائرية التي تعود إلى 3000 سنة ق م، وتم تسجيل الموقع في قائمة اليونسكو للتراث العالمي عام 2011 كجزء من مواقع العين الثقافية.
 - **موقع "القصيص الأثري":** هو موقع أثري يعود للعصر البرونزي ويقع في مدينة دبي يشمل الموقع على عدد من المدافن عددها 120 مدفن لفردية ومدفين جماعيين كبيرين مستطيلي الشكل، ومعبد صغير كان مخصصا على ما يبدو لعبادة الثعابين كما وجد به بعض الأواني البرونزية والفخارية والحجرية تعود للفترة بين 2500 و 550 قبل الميلاد.
- على العموم الإمارات تضم العديد من الأماكن السياحية البارزة التي تلبى شغف السياح في استكشاف ثقافتها والتمتع بجمال معالمها.

ثالثاً- مقومات الجذب المادية:

تتمتع الإمارات بمعالم سياحية متنوعة بين الترفيهي والرياضي والتجاري والشاطئي والصحراوي فهي جامعة لكل أنواع الجذب السياحي إذ تعد مركزاً إقليمياً للسياحة العالمية المتكاملة الأركان، وما يميز دولة الإمارات العربية البنية المعمارية الحديثة، بحيث أبدت الدولة اهتماماً كبيراً للنهوض بالقطاع السياحي، من خلال حجم الاستثمارات الضخمة التي رصدتها لهذا القطاع مما أدى إلى تطوير مرافق سياحية مختلفة تلبى متطلبات السياح إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقي والنقل المريح، فضلاً عن إقامة الفعاليات والمهرجانات، والتي سنوضحها فيما يلي:

1- الطاقة الفندقية:

تشير كل التقارير أن الإمارات العربية تقود طفرة صناعة الفنادق في الشرق الأوسط مع طفرة هائلة في عدد المشاريع الفندقية والغرف الجديدة، حيث تم تجهيز قطاع الضيافة في دولة الإمارات العربية المتحدة بالكامل لمعرض إكسبو الدولي عام 2020 مع زيادة كبيرة في السعة من خلال إضافة 56701

غرفة تمثل 33.6% من المعروض الحالي للدولة¹، وحسب البيانات التي قدمتها منظمة السياحة العالمية (UNWTO) سنة 2020 وتقرير المنتدى الاقتصادي لعام 2019 فقد ارتفعت عدد الفنادق من 538 فندق سنة 2008 إلى 1136 فندق سنة 2019 بطاقات ايواء تقدر بـ 183 ألف غرفة فندقية و 27.1 مليون نزيل فندقية، تستحوذ إمارة دبي لوحدها على نسبة 50% من عدد الفنادق، حيث شهدت الإمارات المتحدة مستوى نمو غير مسبوق في قطاع البناء والأشغال العامة بلغ 25.6% من إجمالي القطاع في الشرق الأوسط والذي كان له الأثر الايجابي على نمو قطاع السياحة بنسبة 6.7%.

وفي ظل جائحة فيروس الكورونا كانت الإمارات ثاني أكثر الفنادق ازدحاما في العالم بعد الصين عام 2020 بسبب جهود الحكومة لاحتواء انتشار فيروس Covid-19 وتشجيع السياحة الداخلية واتخاذ تدابير لتسريع تعافي القطاع، حيث استضافت الدولة 14.8 مليون سائح قضوا ما معدله 3.7 مليون ليلة في 1089 فندق بمعدل إشغال فندقية بلغ 54.7% وفقاً لآخر بيانات منظمة السياحة العالمية ومجلس الإمارات للسياحة².

2- البنية التحتية:

قامت الإمارات باستثمارات ضخمة لتمويل إنشاء الطرق والمناطق السكنية الجديدة وأنظمة الصرف الصحي ومشاريع أخرى لتلبية احتياجات البنية التحتية من موانئ ومطارات تتمثل في:

- **النقل البري:** ولديها نظام من الطرق السريعة يربط بين جميع المدن الرئيسية في مختلف الإمارات، حيث تمتلك أفضل شبكة طرق على مستوى العالم مزودة بنظام الإضاءة "LED" الموفرة للطاقة، كما خصصت الدولة ميزانية قدرت بـ 25 مليار دولار لتطوير شبكات للقطارات الوطنية ضمن خططها التنموية 2020-2030³، ووفقاً لتقرير التنافسية العالمية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي للعام 2019 تقع دولة الإمارات ضمن أفضل 7 دول في مؤشر جودة الطرق، وتعتبر الطرق في المناطق الجنوبية والغربية أقل تطوراً وخطرة لهذا السبب أصبح استخدام الهيلوكبتر كوسيلة نقل أمر عادي لمواطني دولة الإمارات العربية.

- **النقل البحري:** تتوفر البلد على عدة موانئ أهمها ميناء راشد وميناء خالد وميناء سعيد وميناء خورفكان وميناء زايد، لكن ميناء جبل علي هو أكبر ميناء في الشرق الأوسط وسابع أكبر ميناء في العالم من حيث الإقبال، بالإضافة إلى العديد من شركات الشحن والصناعة اللوجيستية والتي يتمركز أغلبها في دبي وتتمتع بالسمعة العالمية نظراً لخبرتها الكبيرة في مجال الشحن العام والتعبئة والتخزين والتوزيع والتخليص الجمركي، إذ تعد من بين أقدم وأهم قطاعات اقتصاد الدولة نظراً لموقع دبي الاستراتيجي في قلب ثلاث

¹-Khaleej time, May 20, 2019, new-hotel-rooms, <https://www.khaleejtimes.com/uae-set-to-add-56701-new-hotel-rooms-by-2020>, consulter le 18-05-2021

² Deena Kamel, UAE records world's second-highest hotel occupancy rate in 2020, April 10, 2020 <https://www.thenationalnews.com/business/travel-and-tourism/> consulter le 20-05-2021

³- زير ريان، مرجع سابق، ص 312.

قارات رئيسية وتحت التوجيه البصري لقادة دبي والإمارات العربية المتحدة، ومن أبرز وأكبر شركات الشحن التي تتواجد بإمارة دبي:¹

Transworld Group, Ukr Trading FZ LLC, Time Global Shipping LLC, Time World Freight LLC, Elite Shipping Cargo, Elite Shipping Cargom, Seamaster Maritime LLC, Al Fares Cargo Service & Clearance.

-النقل الجوي: تمتلك الإمارات العربية المتحدة أكبر شركات طيران في الشرق الأوسط تضم شركتي طيران رئيسيتين هما طيران الإمارات والاتحاد للطيران، طيران الإمارات ومركزها مطار دبي الدولي ويخدم أكثر من 100 وجهة و6 قارات، والذي خصصت له الإمارات ميزانية لتطويره بلغت 120 مليار درهم ما جعله الأول عالميا في عدد المسافرين الدوليين الذي بلغ 89.3 مليون مسافر سنة 2018²، والذي احتفظ بهذه المرتبة لستة سنوات متتالية منذ عام 2014 حتى 2019، أما الاتحاد للطيران فمركزه أبو ظبي، ويوجد في دولة الإمارات العربية المتحدة سبعة مطارات دولية بما في ذلك مطار دبي الدولي، وتعد أهم مناطق النقل الجوي في العالم من ناحية نقل المسافرين وحجم الشحن الجوي الذي يشكل دعما قويا لاقتصاد المحلي، حيث يساهم قطاع الطيران بـ13.3% من الناتج المحلي الإجمالي للإمارات العربية أي ما يقرب 47.4 مليار دولار، هناك أيضا مطارات في عدد قليل من المدن الصغيرة ومهابط طائرات للاستخدام المنزلي في المناطق الريفية في غرب البلاد.

أما من حيث أسطول الطائرات تعد طيران الإمارات أكبر مشغل لطائرة سوبر جامبو إيرباص 380 وكذلك لطائرة بوينج 777 بأسطول يضم ما يقرب من 270 طائرة اعتبارًا من مارس 2020، أما الاتحاد للطيران لديها 113 طائرة، في حين أن حجم أسطول العربية للطيران و فلاي دبي 53 طائرة و64 طائرة على التوالي³.

3-تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر الإمارات رائدة في مجال الاتصالات في الأسواق الناشئة العالمية من خلال «مجموعة الإمارات للاتصالات» التي تتخذ من العاصمة «أبوظبي» مقرا رئيسا لها منذ أربعة عقود، وقد قدرت قيمتها السوقية سنة 2017 حوالي 40.7 مليار دولار مما يؤكد على المكانة القوية للمجموعة كواحدة من أكثر مجموعات الاتصالات ربحية في العالم حيث تعمل اليوم في 17 سوق دولي في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا وآسيا، وتقدم قائمة طويلة من الخدمات والحلول المبتكرة لأكثر من 162 مليون مستخدم، واحتكرت «اتصالات الإمارات» الإتصالات حتى دخلت DU خدمات الهاتف المحمول في فيفري 2007 كمنافس لها في السوق، هذا وإن استخدام الإنترنت واسع للغاية في دولة الإمارات حيث احتلت المركز

¹- Top Shipping Companies in UAE, in the site:

<https://www.goodfirms.co/supply-chain-logistics-companies/shipping/uae>, consulter le 22-07-2021

²- wikipedia Émirats arabes unis, https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89mirats_arabes_unis , consulter le 20-06-2021

³- United Arab Emirates - Country Commercial Guide, 12 09 2020, in the site/

<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-arab-emirates-aviation>, consulter 22-07-2021

الأول عالميا من حيث عدد مستخدمي الإنترنت الذي بلغ نسبة 99.15%، والمرتبة الثانية عربيا بعد قطر في التدفق السريع للإنترنت بـ 64 ميغابايت في الثانية.

كما تتميز تجربة الإمارات في مجال التسويق الإلكتروني وتحديدًا بمدينة دبي السياحية بالتقدم والريادة في مجال تطبيق الحكومة الإلكترونية من خلال تطبيق «Dubai Now»، وحلت دبي في المركز الرابع عالميًّا سنة 2021 في قائمة أفضل 10 مدن ذكية والتي أعدتها مجلة «Business Chief» الأمريكية المتخصصة في عالم الأعمال، وحسب التصنيف تفوّقت دبي على مدن عالمية مثل لندن وهونج كونج وبوسطن وشيكاغو وبرشلونة في 7 عوامل في مقدمتها سرعة الإنترنت، وكلفة الحواسيب النقالة، وأعداد الوظائف التي تتيح خاصية العمل عن بعد، وكلفة المعيشة، بالإضافة إلى نسبة المقاهي التي توفر تلك الخدمة مع توافر خدمات توصيل الوجبات السريعة ونسبة أماكن العمل المتاح، ولم يكن هذا التصنيف الأول خلال العام الجاري للإمارة كمدينة مفضلة للعمل عن بعد، حيث صنفت مجلة «CEO World» الأمريكية دبي في شهر أبريل 2021 بالمركز الثاني عالميا كأفضل مدن العالم للعمل عن بعد، وبحسب استطلاع نشرته مجموعة بوسطن الاستشارية «Boston Consulting» البريطانية في مارس 2021 فقد صنفت دبي بالمرتبة الثالثة بين أفضل الجهات العالمية التي يرغب الناس للانتقال إليها للعيش والعمل.

على العموم أهم ما يميز المقومات المادية للإمارات ما يلي:

- بنية تحتية متطورة جدا خاصة بخدمات النقل؛
- الارتقاء بمستوى جودة الخدمات في القطاع الفندقي؛
- اتصالات سلكية ولاسلكية حديثة؛
- قطاع متطور للخدمات والمعاملات المالية؛
- أماكن مخصصة لتنظيم المعارض والمؤتمرات الدولية؛
- مكاتب إدارية ومرافق سكنية عالية الجودة؛
- خدمات موثوقة للطاقة.

المطلب الثاني: واقع القطاع السياحي في الإمارات العربية المتحدة

وضح الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس دولة الإمارات ورئيس مجلس الوزراء حاكم دبي في كتابه رؤيتي الصادر سنة 2006 «لو قلنا للعامل المتزن قبل 15 سنة إننا نفكر بتطوير السياحة في دبي لكان طاح على ظهره من الضحك» حيث يعرض في هذا الكتاب رؤية الحاكم في التجربة التنموية في دبي بشكل خاص، ولدولة الإمارات العربية المتحدة بشكل عام، ويشير إلى المقومات الأساسية لإنتاج الريادة والتقدم، خاصة الإدارة الفعالة، والرؤية الأصلية، وفريق العمل القادر على تحويل الرؤية إلى حقيقة وتحويل الخطط والأساليب إلى واقع يعيشه الشعب.

وفي هذا الصدد يقول غريم ويلسون Grim Wilson مؤلف كتاب «راشد الأسطورة» عام 2006 "إن الهدف الأساس هو وضع دبي في مصاف المدن الكبرى في العالم وهي من دون شك تتحول بسرعة إلى مثيلاتها من المدن كنيويورك وباريس وطوكيو وشيكاغو، ففي حين استغرقت مسيرة هذه المدن مئات السنين لتصبح على ما هي عليه قفزت دبي إلى مكانتها الراهنة خلال خمس وعشرين سنة، وهي اليوم تملك مناخ نيويورك على صعيد الأعمال والتجارة، وبيئة بحر الكاريبي على الصعيد السياحي"¹.

أولاً- كرونولوجيا التطور السياحي في دولة الإمارات العربية المتحدة:

تطور السياحة في الإمارات العربية مر عبر المراحل التالية:²

1971: تشكلت دولة الإمارات لأول مرة، ولم يكن لديها أي صناعة سياحية كافية وكان الوضع الاقتصادي للدولة المنشأة حديثاً هشاً وضعيفاً على الرغم من الثروة النفطية الهائلة.

1979: إدراكاً للحاجة إلى تطوير البلاد افتتح الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان أول فندق في البلاد، فندق متروبوليتان دبي Metropolitan Hotel Dubai الواقع في دبي، وكانت هذه أول علامة لما سيأتي.

1989: تم إنشاء مجلس دبي للترويج التجاري والسياحي للترويج لدبي كوجهة فاخرة للسوق الراقية وقطاعات الأعمال المؤثرة، حيث ارتبط تطوير السياحة في الإمارات العربية المتحدة ارتباطاً وثيقاً بتطوير السياحة في دبي، لكن في هذه الفترة نادراً ما اقتُرحت الإمارات كمكان لقضاء العطل من قبل وكالات السفر والسياحة في الخارج، وبذلك لم تكن آنذاك أي أهمية لقضاء العطل من قبل الزوار الأجانب فيها حيث لم يتجاوز عدد السياح 600 ألف سائح في نهاية الثمانينات.

1991: بعد نهاية حرب الخليج الأولى تقطعت الإمارات لأهمية موقعها، وقامت باستغلال ذلك من خلال القيام بسياحة الأعمال، وأصبحت تعد القاعدة الإقليمية المفضلة لدى الشركات الدولية.

1992: تدخلت حكومة الإمارات العربية المتحدة وبدأت في الإنفاق على البنية التحتية بشكل أكبر في إمارتي دبي وأبو ظبي وتم اتخاذ قرارات بشأن السياحة على خلفية انخفاض إنتاج النفط، والشعور الشديد بضرورة التنوع الاقتصادي وهكذا تم وضع السياحة في قلب برنامج التنوع إلى جانب البناء والاتصالات والإعلام والعقارات والتجارة والمالية، وفي سنة 1993 تجاوز عدد السياح المليون سائح لأول مرة (مليون و88 ألف سائح).

1997: تم استبدال مجلس دبي للترويج التجاري والسياحي بوزارة السياحة والتسويق التجاري للترويج لدبي وتبعه لاحقاً إمارات أخرى، وهكذا بدأت صناعة السياحة في البلاد، وقد فاق عدد السياح لأول مرة عتبة مليوني سائح سنة 1998 ليبلغ 2184000 سائح.

¹ - عادل عبد الجواد محمد الكردوسي، "دبي وجهة سياحية عائلية عالمية"، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري بدبي، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2015، ص19.

² Joan C. Henderson, Tourism in Dubai: Overcoming Barriers o Destination Development, INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com) DOI: 10.1002/jtr.557, 2006, p 90-93

2000: منذ عام 2000 حدث تحولاً كبيراً في المدن الحضرية الكبرى بالدولة من حيث التخطيط العمراني، فبرزت ظاهرة الأبراج، والأنشطة المتنوعة، وتطورت البنية التحتية، وأخذت طابع المدن المعولمة كمركز للمعلومات وخاصة ما يتعلق بقطاعات السياحة والإنتاج والتجارة والاستثمار وقطاع الخدمات، وتحول بعضها إلى مراكز للثقافة العالمية والأسواق ذات الطابع العالمي واشتمالها على أفخم الفنادق ومراكز الإعلام التي تحمل ثقافة العولمة، وبناء الكوادر البشرية العاملة في قطاع السياحة وتنشيط وتنويع الأسواق السياحية مع التسويق للمنتج السياحي الذي يدعم الهوية السياحية لكل إمارة، وبهذا بدأت الإمارات العربية المتحدة تشهد ازدهاراً سياحياً كبيراً، وأدى ارتفاع مستوى الحياة وجودتها إلى ارتفاع الإنفاق على السياحة، مما جعلها قوة رائدة في عولمة السياحة.

ثانياً - مناخ الاستثمار السياحي في الإمارات العربية المتحدة:

تتمتع الإمارات العربية اليوم ببنية تحتية عالمية المستوى داعمة لنمو وتطوير القطاع السياحي، في ظل وجود شركات طيران تعتبر من الأسرع نمواً في العالم، ومطارات ذات كفاءة عالية، وهي في توسع متسارع ومستمر، بالإضافة إلى شبكة مواصلات داخلية وحديثة للنقل العام، ومجموعة متكاملة من الخدمات الالكترونية الحكومية، كلها عوامل محفزة للاستثمار السياحي وزادت من قدرة الإمارات على جذب استثمارات جديدة بصورة مستدامة مدعومة بالتوجهات الحكومية واستقرار الأوضاع السياسية والأمنية، هذا ما جعل الإمارات وجهة الاستثمار السياحي في المنطقة العربية وشكلت ميدان تنافس للفنادق المحلية والعالمية وشركات الطيران التي تسعى إلى إيجاد موطئ قدم لها في المنطقة.

بالإضافة إلى وجود مجموعة من العوامل الأخرى التي تسهم في استدامة التدفقات الاستثمارية للقطاع السياحي في الإمارات، المتمثلة في الدعم الحكومي والتسهيلات التي توفرها الجهات الخاصة للاستثمارات السياحية أي سهولة ممارسة الأعمال مع الاستقرار الاقتصادي الذي تتمتع به الدولة حيث حصلت الإمارات على المركز الأول عالمياً في مؤشر الاستقرار الاقتصادي في مؤشر التنافسية العالمية لسنة 2019، كما أن الهامش الربحي على المشاريع السياحية على اختلاف أنواعها يعتبر أحد أبرز عوامل جذب الاستثمارات المحلية والعالمية، ويعد العائد على الاستثمار السياحي في الإمارات من ضمن الأعلى في العالم لذلك يعتبر السوق السياحي الإماراتي مكاناً خصباً لاستقطاب الاستثمارات المحلية والأجنبية، كما أن قانون الشركات التجارية الاتحادي الذي دخل حيز التنفيذ في 2021 يتيح للمستثمرين الأجانب تأسيس الشركات وتملكها بشكل كامل في الأنشطة الاقتصادية مما سيساهم في تسارع نمو الاستثمارات السياحية خلال الفترة المقبلة.

ومن جهة أخرى توجد بالإمارات العربية 38 منطقة تجارة حرة حيث تعطي فرصة للمستثمرين لإنشاء شركاتهم والاستفادة من الامتيازات في الضرائب والامتيازات التجارية والشخصية البارزة، وتعتبر دبي أول إمارة تطبق نموذج المناطق الحرة التي تقدم للشركات الأجنبية امتيازات جذابة والعديد من حوافز الاستثمار فهي تضم ما يقارب 24 منطقة حرة وأشهرها "المنطقة الحرة في جبل علي" بكونها إحدى أكبر المناطق الحرة في العالم، وقد تم إنشاء هذه المناطق الحرة لخدمة قطاعات وصناعات محددة، تتضمن

تكنولوجيا المعلومات والعقارات، الاتصالات، الإعلام، الشؤون المالية والذهب والمجوهرات والرعاية الصحية، تتراوح المدة الزمنية التي يحتاجها المستثمر أو رجل الأعمال لإنشاء شركته بمنطقة من المناطق الحرة بين شهر وشهرين.

وتستهدف إنشاء المناطق الحرة في الإمارات العربية استقطاب المستثمرين الطامحين لتأسيس شركاتهم نظرا للامتيازات المقدمة والمتمثلة في:¹

- التمتع بملكية أجنبية للمشروع بنسبة 100%؛
- الاستفادة من إمكانية استيراد واسترداد رأس المال والأرباح بالكامل من وإلى الموطن الأصلي لصاحب الشركة؛
- الإعفاء من الضرائب سواء على الشركات أو الأفراد؛
- منح إعفاءات جمركية وضريبية متنوعة ومتميزة على الصادرات والواردات للمستثمرين في المناطق الحرة الإماراتية؛

• منح للمستثمر حرية اختيار العمالة دون التقيد بقواعد وقوانين الكفالة والعمالة.

بعد استيفاء جميع المطلوبات التي تخص التراخيص والتصديقات اللازمة من قبل المستثمر والشروع في ممارسة العمل، تقوم هيئة المنطقة الحرة بتفعيل بقية الخدمات الحيوية التي تطلبها الأعمال مثل توصيلات الكهرباء ومد خطوط المياه، وخدمات الدعم من الدعاية والإعلان، تقديم خدمات المعلوماتية والتكنولوجية من أجهزة الاتصال والربط بشبكة الانترنت سريعة التدفق.

المطلب الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الإمارات

أطلقت دولة الإمارات العربية المتحدة العديد من المبادرات لتعزيز قطاع السياحة والسفر في الإمارات بأكملها سعيا منها إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال رؤية الإمارات 2021 وتم إطلاق الرؤية من قبل صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، في اجتماع مجلس الوزراء عام 2010، بهدف أن تكون دولة الإمارات العربية المتحدة العاصمة الاقتصادية، والسياحية، والتجارية لأكثر من 2 مليار نسمة²، كما تسعى الأجندة الوطنية لرؤية الإمارات 2021 لتحقيق بيئة مستدامة من حيث جودة الهواء والمحافظة على الموارد البيئية وزيادة الاعتماد على الطاقة النظيفة إلى 27%، وقد اعتمدت على مجموعة من الرؤى تتمثل في:

أولاً- رؤية دبي السياحية 2020:

تم إطلاق رؤية دبي 2020 في ماي 2013، وتتضمن هذه الرؤية أهدافا طموحة تهدف إلى رفع مساهمة السياحة في العائدات المالية للإمارة بنحو ثلاثة أضعاف، من خلال جذب نحو 20 مليون سائح

¹ البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة، مستقبل الدولة، على الموقع:

<https://www.tdra.gov.ae/ar/media-hub/press-releases//the-official-uae-government-portal-presents-the-future-of-the-uae-until-2117.aspx>, consulter le 10-08-2021

² وزارة الاقتصاد، "كيف تؤثر السياحة في التنمية الاقتصادية"، الإمارات العربية المتحدة، 2019.

إلى دبي العام 2020، واعتبر حاكم دبي أن الأهداف ليست مستحيلة، إذ يمكن تحقيقها بسهولة، بفضل مكانة دبي المرموقة على خارطة السياحة العالمية، وقدراتها السياحية المدعومة بمبادرات تنموية ومشاريع نوعية، شكّلت ركيزة قوية للانطلاق بخطى واثقة نحو المستقبل، لكن تبقى حتمية مواصلة عملية التطوير قائمة لمواكبة متطلبات السوق العالمية.

وتعتمد الرؤية على ثلاثة محاور أساسية:

-توسيع عناصر الجذب السياحي عبر تعزيز وجهة دبي للسياحة العائلية ؛

- تعزيز وجهة دبي للفعاليات والمعارض والأعمال، لتحويل دبي إلى مركز عالمي رائد للترفيه والأعمال؛

- تكييف الإستراتيجية التسويقية من أجل الترويج لدبي كوجهة مفضلة لعدد أوسع من السياح.

وفي إطار السعي لدعم الجهود الهادفة إلى تحقيق رؤية 2020 تم العمل على الارتقاء بقطاع المناسبات لمستويات جديدة، وإطلاق مجموعة من الفعاليات التي تقام لعدة أيام ولا ينحصر تنظيمها في موقع محدد أو في قلب المدينة بل تستفيد منها كل بقعة في الإمارة لتوفر تجربة لا تنسى للضيوف وتشجيعهم على معاودة زيارة دبي الساحرة، نذكر منها:

1-معرض "سوق السفر العربي": في إطار التركيز على جذب السياح وتحويل وجهة رحلات السياح والحجوزات إلى فنادق دبي نظمت مدينة دبي فعاليات معرض "سوق السفر العربي" 2014 في مركز دبي الدولي للمؤتمرات والمعارض، والذي أصبح ينظم كل سنة حتى في ظل جائحة كورونا نجحت دبي في تنظيم فعالياته في 16 ماي 2021 تحت شعار "بزوغ فجر جديد للسفر والسياحة"، حيث شكل الحدث خارطة طريق لمعالجة كافة التحديات التي فرضتها جائحة كوفيد 19 على قطاع السياحة والسفر والذي شاركت فيه 62 دولة، يعتبر هذا المعرض الحدث الأضخم في صناعة السفر والسياحة في الشرق الأوسط، بحضور أبرز المتخصصين والخبراء في صناعة الضيافة والسفر من كافة أنحاء العالم.

ويشهد معرض "سوق السفر العربي" كذلك مشاركة مختلف الشركات التي تدعم مبادرة رؤية 2020 وفي مقدمتها "مجموعة إعمار للضيافة" التابعة لشركة التطوير العقاري العالمية "إعمار العقارية" والوحدات التابعة لها بما في ذلك "دبي مول" أكبر مراكز التسوق والترفيه في العالم، و"برج خليفة" حيث تعرض "مجموعة إعمار للضيافة" جميع الفنادق والمطاعم والمقاهي والنوادي الترفيهية التابعة لها في مدينة دبي، وقد أثبت "معرض سوق السفر العربي 2019" نجاحه الكبير في جذب الزائرين حيث بلغ عددهم أكثر من 120 ألف زائر من 140 دولة.

2-إكسبو 2020 دبي: تهدف رؤية دبي 2020 إلى جعل دبي الخيار الأول للمسافر الدولي بغرض الترفيه والأعمال، وسيرا لتحقيق هذا الهدف جدولت دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي فعاليات تنظيم معرض إكسبو 2020 دبي، وهو معرض من معارض إكسبو الدولي يقام كل خمس سنوات ويستمر لفترة ستة أشهر وقد فازت مدينة دبي بحق استضافته في 27 نوفمبر 2013، حيث كان من المزمع انطلاقه في 20 أكتوبر 2020 إلى غاية 10 أبريل 2021 لكن تم إلغائه بسبب فيروس الكورونا وإرشادات منظمة الصحة العالمية WHO، وتأجل إلى سنة 2021، حيث تستعد دبي لاستضافته والذي

سينظم من 1 أكتوبر 2021 إلى غاية 31 مارس 2021 بمشاركة 192 دولة حول العالم، واختارت الإمارات شعار «تواصل العقول .. وصنع المستقبل» عنواناً لحملة استضافة معرض اكسبو الدولي 2020 في دبي، وتحضيراً لتنظيم المعرض بلغت حجم استثمارات القطاع الخاص والعام المتعلقة بالبنى التحتية في دبي 32.25 مليار درهم والتي ستحرك عجلة الاقتصاد والاستثمار في دبي بشكل كبير بالإضافة إلى خلق 277 ألف فرصة عمل جديدة، وقبل أن يتفشى وباء الكورونا كان من المتوقع أن التأثير الاقتصادي المباشر وغير المباشر الناتج عن اكسبو 2020 دبي سيصل إلى نحو 145 مليار درهم، وأن معرض اكسبو يرفع قيمة التجارة غير النفطية لدبي إلى 4.5 تريليون درهم في 2020، خاصة في قطاع الاستثمار في الضيافة والطيران، كما توقع المنظمون استقطاب 25 مليون زائر على الرغم من القيود المفروضة على السفر.

3- دبي وجهة سياحية عائلية عالمية: بدأ الاهتمام بالسياحة العائلية بسنوات قبل رؤية 2020 دبي ويتضح ذلك من مهرجان دبي للتسوق الذي كان يحمل اسم العائلة، فكان مهرجان عام 2000 يحمل شعار «عالم واحد عائلة واحدة»، تأكيداً على الاهتمام بالعائلة وتأسيساً لهذا النمط من السياحة، وقد أشار حاكم دبي في كتابه رؤيتي «إن أحد أسباب النجاح المتواصل الذي يحققه «مهرجان دبي للتسوق» و«مفاجآت صيف دبي» اللذان يستقطبان الملايين هو أننا لا نستخدم هذين المهرجانين لتسويق البضائع والخدمات ودعم السياحة العائلية والمفاجآت فقط بل نسوقهما في غلاف الامتياز الذي تشتهر به المدينة فنحولهما إلى احتفالين نكرم فيها الأسرة العربية ونبتهج فيهما بالأم والأب والطفل والتكنولوجيا والسلوك الحميد والأمانة والسمعة الطيبة والخيال والثقافة والترفيه، ونقدم فيهما عشرات الفعاليات التي تستهدف كل فئات الزائرين»¹، وتبين الدراسات الحديثة المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي أن السياحة العائلية حققت نمواً في عائداتها من 157.1 مليار دولار سنة 2013 إلى 181.9 مليار دولار سنة 2018 حيث تعد السياحة الإسلامية مناسبة طبيعية لدول منظمة التعاون الإسلامي نظراً لأنظمتها البيئية الحلال القائمة والمرافق والخدمات المواتية للعائلات الإسلامية، وقد قدر حجم سوق السياحة الإسلامية العالمية بـ 175 مليار دولار عام 2018 وتعتبر دبي أكبر عشر جهات سياحية إسلامية عالمية²، وقطعت دبي شوطاً كبيراً حتى الآن في تعزيز موقعها كوجهة سياحية مفضلة للعائلات من مختلف دول العالم، بدليل حجم الإقبال السياحي على مدينة دبي، كما توضح شركة برايس ووتر هاوس كوبرز (PWC)³ في تقريرها 2019 أن

¹ - عادل عبد الجواد محمد الكردوسي، مرجع سابق، ص 34.

² - Organisation De La Coopération Islamique, Le Tourisme International Dans Les Pays De L'oci: Perspectives Et Défis, 2020, p22.

³ - PWC هو الاسم التجاري لشركة أمريكية Price water house Coopers ، وهي شبكة خدمات مهنية متعددة الجنسيات تتخذ من لندن المملكة المتحدة مقراً لها، موجودة في 158 دولة بما فيها دبي، وتعد ثاني أكبر شركة خدمات مهنية في العالم خلف Deloitte وتعد واحدة من مراجعي الحسابات الأربع الكبرى جنباً إلى جنب مع Deloitte و EY و KPMG، نظراً لحجمها تستطيع شركة برايس ووتر هاوس كوبرز المساهمة في تحليل البيانات في نطاق واسع من المجالات.

حكومة الإمارات عملت بجد في السنوات الأخيرة على الترويج للدولة كوجهة سياحية عائلية آمنة، مما عاد بالنفع على دبي وجاراتها من الإمارات الأخرى.

ومن أهم أسباب نمو السياحة العائلية في دبي هو التخطيط لحملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي، واهتمام الفنادق الفخمة والعالمية فيها بتوفير بيئة مواتية للأسر بكاملها كتوفير تجهيزات خاصة بالمسلمين كالصلاة، ومنتجعات خاصة ومعزولة للسيدات، وبرامج السياحة التراثية، حيث اتجهت الفنادق في دبي إلى إعداد وتوفير أماكن وفعاليات تجمع الأسرة بأكملها مع توفير غرف متصلة للعائلات ومنها ما هو خاص بالأطفال، وتوفير وسائل الترفيه «برك الأسماك والطيور» لجذب العائلات المقيمة بالفندق، وإعداد المساحات الخضراء، وحمامات السباحة للأطفال، وتوفير أماكن للأطفال.

فدبي تعد أعجوبة سياحية وعاصمة للسياحة العالمية فأصبحت واجهة إعلانية سياحية للعديد من أفلام السينما الأمريكية الشهيرة، كما يوجد بها برج خليفة الذي يعد أطول مبنى في العالم 828 م، بها أيضا أكبر مراكز التسوق والترفيه في العالم المتمثلة في دبي مول الذي يمتد على مساحة 2 مليون م² وهو يعادل 200 ملعب كرة قدم، يضم 200 متجرا، وبالقرب منه تجد أطول نافورة راقصة في العالم الممتدة على مساحة 39 فدان، أيضا "نخلة جمرا" التي وضعت دبي على خارطة السياحة العالمية، ولعشاق التاريخ والثقافة المتاحف الموجودة بمختلف إماراتها منها متحف اللوفر بأبو ظبي، متحف الشارقة للحضارة الإسلامية، متحف رأس الخيمة الوطني، متحف عجمان، متحف قصر العين.

أيضا تشتهر دبي بالسياحة الترفيهية حيث قامت بمشروع استثماري ضخم لأكبر مدينة ترفيهية هي دبي لاند Dubailand، حيث تم التخطيط لإنشاء دبي لاند في أكتوبر 2003 على مساحة شاسعة تقدر بـ 279 مليون م² وهي ضعف مساحة المنتجع الترفيهي الشهير عالم Walt Disney في فلوريدا بالولايات المتحدة الأمريكية، بتكلفة 814 مليون دولار¹، دبي لاند يضم 45 مشروعاً ضخماً للاستثمار والأعمال، وأكثر من 200 مشروع متوسط وصغير، كما تم تقسيم دبي لاند إلى 6 مناطق سياحية مختلفة كل منطقة تتصف بأنها عالم منفصل بحد ذاته.

كما تلتزم دولة الإمارات بتطوير السياحة الصديقة للبيئة في جميع أنحاء الدولة، حيث يتمكن الزوار بالاستمتاع بالطبيعة الرائعة وفي نفس الوقت الحفاظ على الطبيعة كما هي، من خلال مغامرات لغوص المثيرة، ومحمية دبي الصحراوية التي تغطي ما يقرب 5% من مساحة إمارة دبي وتعد موطناً لأكثر من 6000 شجرة أصلية، حيث تنتشر بها أماكن الإقامة الفاخرة الراقية مع مخيمات البدو القديمة².

هذا ويعد سفر المعارض والأعمال والمؤتمرات من الأسواق المربحة في دبي، ولكن الترفيه كان الدافع الرئيسي لـ 75% من زيارات دبي، حيث سجلت دبي قفزة كبيرة في أعداد السياح الدوليين الذي بلغ

¹- Company History, in site http://www.dubailand.ae/company_history.html, consulter le 19-05-2021

²- فيروز قطاف، عبلة بزقار، مرجع سابق، ص42.

16.7 مليون سائح سنة 2019، وتساهم السياحة بـ 11.7% في إجمالي الناتج المحلي لإمارة دبي¹، كما صنف تقرير المدن لعام 2019 الصادر عن المجلس العالمي للسفر والسياحة دبي في المركز الثالث من حيث إنفاق الزوّار الدوليين بإجمالي 27.9 مليار دولار.

ثانياً- رؤية الشارقة السياحية 2021:

تولي دولة الإمارات العربية اهتماماً كبيراً للقطاع السياحي في إمارة الشارقة بنفس القدر الذي توليه لإمارة دبي، حيث تتمتع الشارقة بأرقى أنواع المرافق الخدمية والترفيهية العالمية المستوى والتي باتت مصدر جذب لعدد كبير من السياح، وعلى هذا استحدثت هيئة الإنماء التجاري والسياحي في الشارقة «رؤية الشارقة السياحية 2021» بهدف زيادة عدد السياح الذين يقصدون الشارقة إلى 10 مليون سائح سنة 2021 وقد تم اختيار هذا التاريخ بالتزامن مع احتفالات دولة الإمارات العربية المتحدة باليوبيل الذهبي لتأسيسها وتحقيق رؤية الإمارات 2021.

ومن أجل تحقيق رؤية الشارقة السياحية 2021، تسعى هيئة الإنماء التجاري والسياحي في الشارقة بالتعاون مع شركائها من القطاعين العام والخاص إلى تحقيق المحاور الأربعة التالية:²

- تعزيز مكانة إمارة الشارقة كواحدة من الوجهات الرائدة في السياحة العائلية، وذلك من خلال تقديم باقات وعروض متميزة صممت خصيصاً للعائلات؛

- تحسين تجربة السائح من خلال توفير حلول مبتكرة واتباع تقنيات مبتكرة في القطاع السياحي؛
- تنمية وتطوير القدرات والمقومات السياحية من خلال الشراكة والعمل التعاوني لتوفير المرافق السياحية ذات المستوى العالمي؛

- الترويج والتسويق بشكلٍ فعال لمعالم الجذب السياحي والمعالم الثقافية والتراثية في الإمارة وقد كشفت أن الإمارة تحتضن حتى سنة 2018 حوالي 109 فندقاً تساهم بمجملها في ردف السوق المحلية بـ 10700 وحدة فندقية، في الوقت الذي تتواصل فيه الجهود لتنفيذ مشاريع طموحة من شأنها إضافة 4900 وحدة فندقية جديدة حتى سنة 2021.

كما أن الخطة تستهدف أسواق عالمية جديدة، تماشياً مع المبادرات السياحية والترويجية الرامية إلى ترجمة «رؤية الشارقة السياحية 2021» مع التركيز على تلبية الاحتياجات السياحية للأسواق المصدرة للسياح إلى الإمارة من كل من ألمانيا والهند وروسيا والصين والمملكة المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي وأوروبا، وفي هذا الإطار قامت الهيئة بتطوير حملة ترويجية جديدة لجذب المزيد من الزوار من أسواق الدول الاسكندنافية وأوروبا الشمالية والشرق الأقصى، حتى حققت إمارة الشارقة استقطاب 7 مليون سائح سنة 2019 أي حققت نسبة 70% من رؤية الشارقة 2021، هذا وينتظر أن تشكل سنة 2021 محطة حاسمة لبلوغ عدد 10 مليون سائح في الشارقة بالتزامن مع حدثين مهمين:

¹ - دائرة السياحة والتسويق التجاري، دبي "دبي للسياحة"، حجم السياح بدبي، فيفري 2020، على الرابط:

<https://dubaicareers.ae/ar/employers/pages/Information.aspx?ID=14> consulter le 25-07-2021

² - هيئة الإنماء التجاري والسياحي في الشارقة، رؤية الشارقة السياحية 2021.

الأول يتعلق باحتفالات الإمارات باليوبيل الذهبي لتأسيسها، أما الثاني يتعلق بالحدث العالمي « معرض إكسبو 2020 » الذي سيفتح في أكتوبر 2021.

ثالثاً-خطة عجمان 2021:

وضعت دائرة التنمية السياحية بعجمان عام 2012 خطة إستراتيجية لرؤية عجمان 2021، حيث تعطي الرؤية أهمية كبيرة لإدارة الموارد الحكومية بكفاءة عالية، وتسعى الدائرة إلى إبراز مكانة وأهمية المواقع السياحية المتوفرة في إمارة عجمان، ووضع الخطط الإستراتيجية للترويج السياحي للإمارة محلياً وإقليمياً ودولياً؛ بهدف جذب السياح لزيارتها عن طريق إقامة المؤتمرات والمعارض أو المشاركة فيها، وتخطيط وتنفيذ حملات الترويج السياحي العالمية، بالإضافة إلى العمل على تنظيم وتطوير صناعة السياحة وتحسين إمكانيات وخدمات المرافق السياحية والمنشآت العاملة في قطاع السياحة في إمارة عجمان¹.

وتهدف "رؤية عجمان 2021" على دعم القدرات التنافسية للإمارة، وتطويرها في مجالات التنمية المستدامة ضمن أربعة محاور:²

- **مجتمع سعيد:** مجتمع متلاحم، منطلق بروح إيجابية، فخور بتراثه، متعلم، طموح، ويساهم بفاعلية في تحقيق تنمية شاملة ومرتزة، أي تجسيدا لمحور تحقيق مكان أفضل للعيش حيث ستسعى الحكومة المحلية لتحسين البنية التحتية والخدمات العامة من خلال المشاريع والمبادرات الإستراتيجية لرفع نسبة الرضا العام عن البنية التحتية في الإمارة إلى 86% عام 2021، زيادة نسبة مركبات النقل العام الصديقة للبيئة إلى 35% عام 2021.

- **اقتصاد أخضر:** حركة اقتصادية نشطة، تساهم في دفع مسيرة التنمية المستدامة، التي تهدف إلى تحقيق الرفاه والازدهار في مجالات الحياة وتتجاوز بمسؤولية وحكمة للحفاظ على موارد الطبيعة ومراعاة قيم المجتمع، وتحسين البيئة الاستثمارية، وتحقيق مزايا تنافسية من خلال تدشين جملة من المشاريع النوعية لرفع إجمالي قيمة التجارة لميناء عجمان إلى 7.5 مليار درهم عام 2021.

- **حكومة متميزة:** يتسم العمل الحكومي في عجمان بالكفاءة والفاعلية، ويعكس في نتائجه متطلبات المجتمع وبيئة الأعمال، تقود مؤسساته كفاءات مواطنة، متسلحة بالمعرفة والطموح، وتواكب خدماته متغيرات العصر وتنافسية السوق، تبنى قراراته بحكمة، وترسم خطته بحنكة، وتحكم عملياته سياسات ذكية، وتشريعات صلبة، وأطر علمية منظمة.

- **روح الاتحاد:** هذا من خلال تتناغم خطط التنمية الشاملة في إمارة عجمان مع رؤية الإمارات والأجندة الوطنية، بحيث تتكامل أدوار الحكومة المحلية مع أدوار الاتحاد والحكومات المحلية الشقيقة، وتتسق التشريعات المحلية والأنظمة والسياسات مع أحكام دستور دولة الإمارات والقوانين المنظمة.

¹ - دائرة التنمية السياحية بعجمان، حكومة عجمان 2021.

² - المجلس التنفيذي، "رؤية عجمان 2021"، حكومة عجمان.

وقد قطعت عجمان أشواطاً متقدمة على الصعيد السياحي حيث بلغ عدد السياح للإمارة سنة 2019 حوالي 560 ألف سائح .

رابعا- رؤية أبو ظبي السياحية 2030:

تعمل دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي تحت رؤية أبوظبي 2030 لتعزيز دور الإمارة لتقديم تجربة متميزة للمجتمع المحلي والزوار لترسيخ مكانتها كوجهة سياحية وثقافية، وتقوم رؤية أبوظبي 2030 على تنفيذ مخطط عمراني شامل لتطوير مدينة أبوظبي، وضعت بالتعاون مع فريق عالمي للتخطيط العمراني، تهدف هذه الرؤية إلى تطوير القطاع السياحي وترتكز على ثلاثة أركان رئيسية:

- (1) تطوير المرافق والوجهات السياحية و الفعاليات؛
- (2) إنشاء وجهات جديدة مميزة واستضافة فعاليات عالمية والمشاركة فيها؛
- (3) تطوير آليات التسويق.

وشملت الرؤية مجموعة من المشاريع التي تم التخطيط لها سنة 2007 لبناء مدينة جديدة في أبو ظبي بما فيها البنية التحتية وجميع المشاريع العقارية بتكلفة قدرها 200 مليار دولار، تساهم الحكومة فيها بنسبة 40%، يشرف على هذه المشاريع مجلس أبوظبي للتخطيط العمراني، حيث وضعت هذه المخططات لتتسع إمارة أبو ظبي لما يزيد عن 3 ملايين نسمة،

وبالفعل كانت أولى المشاريع التي تم البدء بها مشروع طريق طوله 27 كلم يصل بين جزيرة الشهامة وجزيرتي باس والسعديات بتكلفة 1.4 مليار دولار وانتهى العمل منه في أكتوبر 2009، هذا المشروع الذي يعد من المراحل المهمة لرؤية أبوظبي 2030.

بالإضافة إلى مشروع استثماري يتمثل في إنشاء «مدينة خليفة الجديدة» بكل المرافق الحيوية من أماكن للسكن والإقامة والترفيه ومراكز التسوق والمراكز العلاجية والخدمية لتخفيف الضغط عن قلب جزيرة أبوظبي، فهي إمارة ساحلية تمتد كورنيش أبوظبي على مسافة 8 كلم، وتضم 200 جزيرة وتعد من أجمل جزر الإمارات السياحية وبالتالي فإن استغلال البيئة البحرية لهذه الجزر وتوفير وسائل النقل البحري والمزارع البحرية الطبيعية تشكل عامل جذب فريداً في المنطقة، ناهيك عن سياحة التسوق التي تعتبر أهم أنواع السياحة فيها حيث تضم مدينة أبوظبي العديد من المولات الراقية والضخمة، بالإضافة إلى الأماكن الترفيهية مثل "حديقة الألعاب المائية مرجان أبوظبي Park Splash Murjan، ومدينة الألعاب المائية ياس ووترورلد Waterworld Yas، وعالم فيراري world ferrari الواقع في جزيرة ياس أضخم مدينة ترفيهية مغطاة في العالم¹، كلها تعد من أهم مقومات السياحة الترفيهية في أبوظبي.

¹ - غرفة أبوظبي، "قطاع السياحة في الإمارات تنوع الموارد والأنشطة"، السياحة في أبوظبي أرقام وإنجازات، نوفمبر 2020، ص 7.

المبحث الثالث: دراسة مقارنة أداء الإستثمار السياحي في كل من الجزائر، المغرب، والإمارات (قبل وأثناء الجائحة)

مقارنة واقع الاستثمارات السياحية بين الجزائر والمغرب والإمارات تتم من خلال مجموعة من المؤشرات التي سنتناولها بالتفصيل كما يلي:

المطلب الأول: المقارنة على أساس العرض والطلب السياحي

العرض السياحي يتضح من خلال حجم الاستثمارات السياحية التي توضح تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء في كل دولة، أما الطلب السياحي يتضح من خلال تدفقات السياح و عدد ليالي المبيت. أولاً-مقارنة العرض السياحي: يتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (62): تطور الحظيرة الفندقية والاستثمارات الأجنبية في الجزائر، المغرب والإمارات للفترة

2019-2000

تطور الحظيرة الفندقية								
السنوات	2000	2005	2010	2013	2015	2017	2018	2019
الجزائر	عدد الفنادق	827	1105	1174	1176	1195	1293	1318
	عدد الأسرة	76734	85645	92377	98804	102244	119155	125676
المغرب	عدد الفنادق	576	659	2003	3019	3509	3689	4120
	عدد الأسرة	95180	114350	174019	212415	233550	261147	268834
الإمارات	عدد الفنادق	353	427	631	924	1056	1121	1136
	عدد الغرف	30241	59419	87369	135642	148632	165231	183193
عدد مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة								
2019			2018					
نسبة الاستثمار السياحي	التكلفة مليون \$	عدد المشاريع	نسبة الاستثمار السياحي	التكلفة مليون \$	عدد المشاريع			
%2.6	2.15	24	%2.8	9.26	18	الجزائر		
%16	307	111	%15.3	4.48	71	المغرب		
%35	13.56	455	%32.9	14.13	378	الإمارات		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Royaume du Maroc, Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de L'économie Sociale, Indicateurs du secteur touristique, Op.cit.
- Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, Op.cit
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Direction de l'Investissement Touristique, (Algérie), Op.cit
- Statista, Tourism industry in the UAE - statistics & facts, in the site: <https://www.statista.com/topics/4643/tourism-industry-of-the-uae/>, consulter le 23-07-2021.

- تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 2019، مرجع سابق، ص17.

- تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 2020، مرجع سابق، ص7-8.

-الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء FCSAUAE، أرقام الإمارات، إحصاءات السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة، 2019، ص3-4.

القراءة الأولية للجدول رقم (62) تؤكد حقيقة تطور الطاقة الفندقية لكل دول المقارنة، لكن تحليلنا لهذه الزيادة يختلف من دولة لأخرى وهذا حسب حجم الاستثمارات التي خصصتها كل دولة لقطاعها السياحي، فقد دخلت صناعة الفنادق في الإمارات مرحلة عالمية جديدة، فتأتي في المرتبة الأولى حيث أضحى من الدول السبّاقة في هذا المجال إذ شهدت نهضة حقيقية في صناعة الفنادق منذ سنة 2000، فأصبحت تتنافس الفنادق العالمية في تقديم إضافات مبتكرة لفئات تصنيف الخدمات والغرف، واقتحام قطاع (الفندقة الذكية) أو ما يسمى بالغرف الذكية لتسبق الإمارات بذلك العديد من دول العالم في توفير خدمات تلبي احتياجات صفوة رجال الأعمال وكبار الشخصيات، وهذا كله نتيجة تبني خطط إستراتيجية تنموية محددة البرامج والمشروعات تخدم القطاع السياحي بدءاً بتطوير البنى التحتية بصورة مستدامة تخدم المواطن والسائح معاً إلى تطوير القطاع الفندقي، فقد بلغت قيمة استثمارات القطاع السياحي نحو 27.2 مليار درهم (7.6 مليار دولار أمريكي)، أي ما يعادل 8.1% من إجمالي استثمارات الدولة عام 2018، وتبلغ نسبة الزيادة المتوقعة 11% سنوياً على مدى السنوات العشر القادمة، لتصل إلى 74.5 مليار درهم (20.3 مليار دولار أمريكي) عام 2027، أي ما يعادل 11.2% من إجمالي الاستثمارات¹، هذه الاستثمارات التي كان لها الفضل في نمو السوق الفندقي في الإمارات خلال السنوات الأخيرة بمعدل يتراوح بين 25% إلى 35%، فقد استحوذت صناعة الفنادق في الإمارات سنة 2016 المرتبة الأولى من ناحية عدد الفنادق قيد الإنشاء وهذا حسب بيانات مؤسسة STR GLOBAL التي توفر بيانات وتحليلات ورؤى سوقية لقطاعات الضيافة العالمية والتي تؤكد استحواد الإمارات على نحو 33% من إجمالي الغرف قيد الإنشاء في منطقة الشرق الأوسط والبالغة نحو 81951 غرفة، كما يعتبر سوق دبي واحداً من أكثر الأسواق جاذبية لكبرى العلامات الفندقية حيث وصل عدد الغرف الفندقية بها نهاية عام 2019 حوالي 127915 غرفة، كما تعتبر الإمارات الوجهة الأولى للاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة العربية بتكلفة 13.56 مليون دولار سنة 2019، بلغت نسبة الاستثمارات السياحية منها 35%، وهو ما أوصل فنادقها لأن تسجل أعلى معدل إشغال (مبيت) بين فنادق الشرق الأوسط.

فالجدول يؤكد بوضوح أن الإمارات متفوقة على كل من الجزائر والمغرب في العرض السياحي الخاص بطاقات الإيواء، فعدد الفنادق إرتفع في الإمارات من 353 فندقاً سنة 2000 إلى 1056 فندقاً سنة 2015 ثم إلى 1136 فندقاً سنة 2019 كما ارتفعت معه طاقات الإيواء من 30241 غرفة سنة 2000 إلى 183193 غرفة سنة 2019، وإذا أخذنا أن الغرفة تحتوي على أقل تقدير سريرين فقط، فيبلغ عدد الأسرة بذلك حوالي 366386 سرير وهو الأعلى في دول المقارنة (علماً أن فنادق الإمارات بها شقق فندقية من نوع ستاندار وديلوكس وسوبريور والتي تضم أكثر من سريرين تصل حتى إلى خمسة أسرة)، حيث تمثل عدد غرف فنادق درجة 5 نجوم النسبة الكبرى من عدد الغرف الفندقية المنشأة في الإمارات بنسبة 36.1% تليها الفنادق 4 نجوم 25.8%، ثم الفنادق نجمة - ثلاث نجوم بنسبة 18.6%

¹ - مجلس السياحة والسفر العالمي، "السياحة والسفر في الامارات العربية المتحدة"، تقرير 2019.

أما الشقق الفندقية دولوكس وسوبريور فتمثل نسبة 10% والشقق الفندقية ستاندار نسبة 9.5% من إجمالي غرف المنشآت الفندقية سنة 2019.

الجدول رقم (62) يوضح أيضا أن المغرب يحتل المرتبة الثانية في طاقات الإيواء بالرغم من أنه يتفوق على كل من الإمارات والجزائر في عدد الفنادق التي تبلغ 4120 فندقا، وتمويل الاستثمارات السياحية قام المغرب بإنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأسماله المستهدف حوالي 100 مليار درهم وكذا تعبئة 24 مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في رؤية 2020¹، وقد ارتفعت طاقات الإيواء في المملكة المغربية من 95180 سرير سنة 2000 إلى 174019 سرير سنة 2010 ثم إلى 268834 سرير سنة 2019 وهذا بفضل الأهداف المسطرة في رؤية 2010 لبلوغ 230 ألف سرير ورؤية 2020 بزيادة 200 ألف سرير لبلوغ 372300 سرير، لكن بالرغم من أن القيمة المحققة كانت أقل من القيمة المستهدفة، إلا أنه على العموم نسبة التطور في عدد الأسرة ارتفعت بنسبة 82% للفترة 2001-2010، وبنسبة 55% للفترة 2011-2019، وبذلك يكون المغرب قد حقق 75.6% من طاقات الإيواء المستهدفة في خطة السياحة رؤية 2010 وما نسبته 71.9% مما هو مستهدف في رؤية 2020.

المغرب أيضا يحتل المرتبة الأولى مغاربيا في حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى المنطقة بعدد مشاريع ارتفعت من 71 مشروعا سنة 2018 إلى 111 مشروعا سنة 2019 بلغت نسبة الاستثمار السياحي فيها 16%، حيث يعتبر القطاع السياحي هو القطاع الثاني بعد قطاع العقارات من حيث حجم الاستثمارات في المغرب، إذ تمثل فرنسا أول زبون سياحي للمملكة من حيث حجم الاستثمارات السياحية المتدفقة وكذلك من حيث عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال السنوات الأخيرة.

الجزائر تأتي في آخر الترتيب لطاقات الإيواء، حيث نلاحظ تزايد في عدد الفنادق والذي تميز بالضعف وبالتذبذب، حيث انتقلت طاقات الإيواء من 76734 سرير سنة 2000 إلى 92377 سرير سنة 2010 لتصل إلى حوالي 92377 سرير سنة 2019 وقد تعززت الحظيرة الفندقية سنة 2019 بـ 12 ألف سرير جديد، وتتوزع النسبة الأكبر لطاقات الإيواء في الجزائر في الفنادق غير المصنفة بنسبة 55% أما الفنادق 5 نجوم فتمثل نسبة عدد الأسرة بها 8% من الطاقة الاجمالية، وهي نسبة ضئيلة جدا نتيجة العدد المحدود جدا للفنادق من فئة خمسة نجوم والذي بلغ 9 فنادق فقط بطاقة استيعاب بلغت 4367 سرير عام 2019 من مجموع 1318 فندقا، في حين بلغت بالمغرب 35.5 ألف سرير في الفنادق خمسة نجوم بنسبة 17% من الطاقة الإجمالية لنفس السنة²، أما في الإمارات فعدد الفنادق خمسة نجوم وصل إلى ما يقارب 192 فندقا، يمثل 37% من إجمالي عدد الغرف الفندقية، حيث يظهر التأخر المسجل في انجاز الفنادق من الطراز العالمي ضعف أداء مخطط جودة السياحة في الجزائر الذي يهدف

¹ - بوراوي ساعد، مرجع سابق، ص 97.

² - المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، مرجع سابق.

إلى تحسين نوعية العرض السياحي بـ 40 ألف سرير، وبحسب المجلس العالمي للسياحة والسفر الصادر في 2020 والخاص بمنجزات سنة 2019، فقد بلغت نسبة الاستثمار السياحي 2.6% فقط من مجموع الاستثمارات في الجزائر وهي نسبة منخفضة مقارنة بدولتي الإمارات والمغرب، مما يدل على عدم إعطاء الأهمية اللازمة للقطاع السياحي في الخطط التنموية.

ثانيا- المقارنة على أساس الطلب السياحي: نقارن الطلب السياحي من خلال عدد السياح الوافدين لكل دولة وعدد ليالي المبيت في الفنادق، والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (63): تطور عدد السياح وليالي المبيت في الجزائر، المغرب والإمارات للفترة 2000-2019

السنوات	عدد السياح الوافدين			عدد ليالي المبيت		
	الجزائر	المغرب	الإمارات	الجزائر	المغرب	الإمارات
2000	865984	4240000	3907000	3949146	13539567	-
2005	1443090	5843377	7126000	4123608	15256100	-
2010	2070496	9288338	9800675	5939334	16020305	16546702
2013	2303000	10046264	15673200	6921234	19231475	22754301
2015	1709994	10176762	17472000	7146572	18462729	29076325
2016	2039444	10331731	18967000	7276521	19276654	34563206
2017	2450785	11349344	20394000	7406470	22114300	39875831
2018	2657113	12288708	21286000	7536034	24031408	44230016
2019	2371056	12932260	21553000	7690926	25243989	47053310

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

قاعدة بيانات العالم أطلس، مؤشرات السياحة الرئيسية، مرجع سابق.

-La Banque Mondiale, Annuaire des statistique sur le tourisme, sur le site

<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/ST.INT.ARVL>, consulter le 23/05/2021.

-Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Période 2015-2020, Op.cit.

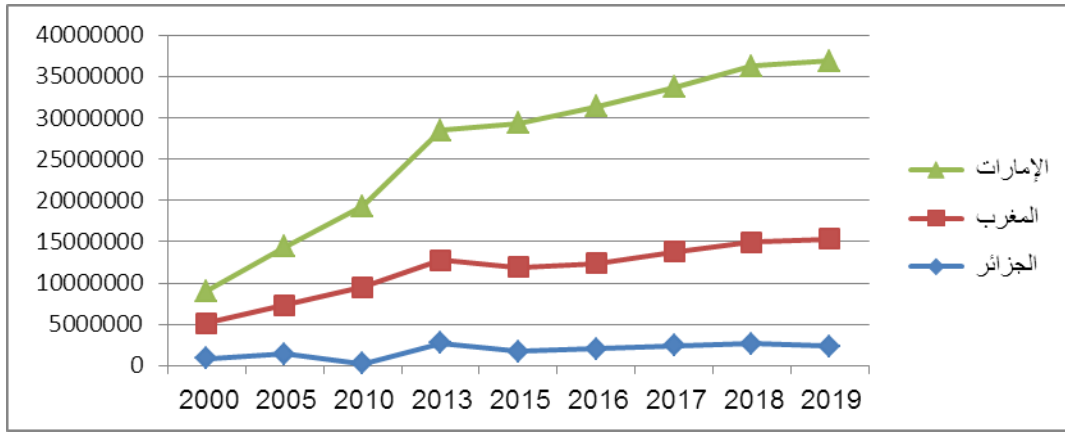
- Royaume du Maroc, Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de

- أرقام الإمارات، إحصاءات السياحة في دولة الإمارات FCSAUAE - الهيئة الإتحادية للتأسيية والإحصاء

للإمارات العربية المتحدة، 2019.

الجدول رقم (63) يوضح أن الإمارات تواصل تصدرها المرتبة الأولى في عدد السياح الوافدين وعدد ليالي المبيت حيث ارتفع عدد السياح من 9 مليون سائح سنة 2010 إلى أكثر من 21 مليون سائح سنة 2019، ثم المغرب في المرتبة الثانية حيث بلغ عدد السياح الذين زارو المملكة المغربية سنة 2019 حوالي 13 مليون سائح، أما الجزائر تأتي في المرتبة الأخيرة حيث لم يتجاوز عدد السياح الوافدين إليها عتبة 2.5 مليون سائح. وللتوضيح أكثر نستعين بالشكل التالي:

الشكل رقم (39): تطور عدد السياح الدوليين لدول المقارنة الفترة 2000-2019



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (63).

الشكل رقم (39) يوضح أن منحى تطور الحركة السياحية في الإمارات هو الأعلى حيث ارتفع عدد السياح من 3.9 مليون سائح سنة 2000 إلى أكثر من 21 مليون سائح سنة 2019، وقد سجلت إمارة دبي لوحدها 16.7 مليون سائح حيث حلت الهند في المركز الأول كأكبر الأسواق المصدرة للسياح إلى الإمارات تليها السعودية والمملكة المتحدة وسلطنة عمان والصين وروسيا، مما يؤكد أن الإمارات قطعت أشواطاً متقدمة على صعيد الخيارات السياحية التي تجمع بين الحداثة والتاريخ والمعالم الطبيعية والصناعية، هذا التنوع الذي مكن من جذب 21 مليون سائح للإمارات وارتفعت معها لياالي المبيت إلى أكثر من 47 مليون ليلة، وهذا بفضل التطور الكبير للحظيرة الفندقية والتي تتوفر على مختلف وسائل الراحة والترفيه العائلي والفعاليات الثقافية والرياضية وإقامة المعارض والمؤتمرات التي أصبحت مؤخراً من أهم مجالات الاستقطاب السياحي في الدولة، وبهذا تكون الإمارات قد نجحت في أن تكون أيقونة للسياحة العالمية عبر تعزيز إمكانات البنية التحتية، وتحسين جودة المرافق والخدمات المقدمة فضلاً عن التحول نحو تعزيز البنية التحتية الرقمية بنحو يكفل تسريع الخدمات المقدمة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح.

تأتي المغرب في المرتبة الثانية في استقطاب السياح حيث يبين المنحى تطور في عدد السياح حيث ارتفع بشكل متواصل من 4.240000 سائح سنة 2000 إلى 9288338 سائح سنة 2010 ثم إلى 12.9 مليون سائح سنة 2019 والتي تبتعتها زيادة كبيرة في عدد لياالي المبيت من 13.5 مليون ليلة سنة 2001 إلى 16 مليون ليلة مبيت سنة 2010 إلى أكثر من 25 ليلة سنة 2019، ومن الواضح أن الإرادة السياسية لتطوير القطاع السياحي من خلال السياسات التنموية المتمثلة في رؤية 2010 (لجلب 10 مليون سائح) ورؤية 2020 (مضاعفة الحصة السوقية)، كانا لها نتائج فعالة في زيادة عدد السياح، وهذا ما يؤكد المنحى أعلاه حيث حقق المغرب معدل نمو في عدد السياح بنسبة 58% للفترة (2000-2010) ومعدل نمو يقدر بـ 57% للفترة (2010-2019).

بالنسبة للجزائر فإننا نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إليها منذ عام 2000 في تطور مستمر هذا راجع بالأساس إلى الوفرة المالية آنذاك التي خدمت القطاع السياحي بالإضافة إلى الاستقرار الأمني والاجتماعي، حيث تجاوز عدد السياح لأول مرة عتبة مليوني سائح عام 2010 مما يبعث الأمل نحو

تطور السياحة الجزائرية، ثم سجلت سنة 2013 لأول مرة ارتفاع غير مسبوق في عدد السياح ما يفوق 2.3 مليون سائح نتيجة المشاكل الأمنية في دول الجوار كتونس ومصر بسبب أحداث الربيع العربي مما جعل الجزائر وجهة سياحية، لينخفض بحدة سنة 2015 حيث سجلت الفترة 2014-2016 انخفاض في عدد السياح أين أصبحت الجزائر بلد مصدر للسياح أكثر من مستقبل نتيجة عدة أسباب أهمها عدم توفر البنية التحتية السياحية وغلاء أسعار الفنادق ومختلف الخدمات السياحية، ليعاود الارتفاع أين بلغ 2371000 سائح سنة 2019 ويشمل هذا الرقم في حقيقته أكثر من مليون مواطن مقيم في الخارج "يعودون إلى الجزائر لزيارات عائلية" وعمال أجانب آخرين حتى المنفيين السوريين محسوبون، هذا ما أكده رئيس النقابة الوطنية لوكالات السفر، وأضاف بأنه في الواقع لم يتجاوز عدد السياح الأجانب الوافدين للجزائر 300 ألف سائح سنويا على مدى السنوات العشرين الماضية، ناهيك عن السياحة العكسية حيث تؤكد وزارة السياحة التونسية أن عدد السياح الجزائريين الذين زاروا تونس سنة 2019 حوالي 2 مليون سائح جزائري، حتى أن العدد الإجمالي للسياح الذين زاروا الجزائر لم يصل حتى إلى عدد السياح الذين زاروا إمارة أبو ظبي والمقدر بـ 5.13 مليون سائح لنفس الفترة هذه الإمارة التي مساحتها بمساحة أصغر بلدية في القطر الجزائري، وهذا لا يعكس أبدا حجم الإمكانيات السياحية والمقومات التي تزخر بها الجزائر مما يجعلنا نتساءل عن سبب هذا الإخفاق في عدم القدرة على جعل الجزائر وجهة جاذبة للسياح في المنطقة.

أما عن جنسيات السائحين الوافدين إلى الجزائر، والمغرب، والإمارات، فهي من مختلف مناطق العالم بنسب متفاوتة، يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (64): أهم الدول المصدرة للسياح في دول المقارنة للفترة 2015-2019

الدول المصدرة للسياح نحو الجزائر		الدول المصدرة للسياح نحو المغرب		الدول المصدرة للسياح نحو الإمارات	
النسبة	الدول	النسبة	الدول	النسبة	الدول
36%	فرنسا	15.39%	الهند	9.8%	تونس
12%	اسبانيا	6.81%	السعودية	9.6%	فرنسا
3.1%	المملكة المتحدة	4.87%	المملكة المتحدة	6.5%	الصين
3%	المغرب العربي	4.72%	الصين	5.7%	المغرب
2%	بلجيكا	3.17%	سلطنة عمان	3.5%	اسبانيا
1.7%	ألمانيا	2.68%	روسيا	3.1%	ايطاليا
1.3%	ايطاليا	2.1%	أمريكا	2.8%	تركيا
1%	الشرق الأوسط	1.75%	ألمانيا	2.3%	ألمانيا
39.9%	دول أخرى	61.75%	دول أخرى	56.7%	دول أخرى

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

-Royaume du Maroc, Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de L'économie Sociale, Op.cit.

- مديرية الإحصاء :وزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي، الجزائر، مرجع سابق.

-الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء FCSAUAE، مرجع سابق.

الجدول رقم (64) يوضح أن عدد السياح الوافدين إلى دول المقارنة يختلف حسب القارات، فنجد قارة أوروبا تشكل الحصة الأكبر في عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب والجزائر، أما قارة آسيا فتشكل الجزء الأكبر من سياح الإمارات العربية المتحدة، هذا ويعتبر الإتحاد الأوروبي السوق المصدرة الأولى لعدد السياح نحو المغرب بنسبة 43% نتيجة عامل القرب الجغرافي، ثم دول المغرب العربي بنسبة 4.72% ثم الشرق الأوسط بنسبة 1.75%، كما قام المغرب مؤخرا بإلغاء التأشيرة المغربية سعيا منه لجذب مليون سائح من الأسواق الناشئة كأمريكا الجنوبية والصين والسوق الروسية التي عرفت نموا بفضل سياحة الأعمال، أما بالنسبة للجزائر فنجد أن تونس تصدر قائمة الدول المصدرة للسياح نحو الجزائر بنسبة 36% ثم فرنسا بنسبة 12% ثم تأتي المغرب والصين بمعدلات متقاربة 3%، ثم اسبانيا بنسبة 2%، فايطاليا وتركيا وألمانيا بنسب 1.7%، 1.3%، 1% بالترتيب، لتأتي بقية الدول بنسب لا تتجاوز الواحد بالمائة، هذا وقد تعددت الدوافع لزيارة الجزائر حيث يمثل دافع الترفيه نسبة 85% ثم القيام بالأعمال بمعدل 14% في حين سجل دافع المهام نسبة 1%¹، كما يجب أن ننوه بأن ثلاثة أرباع السياح الوافدين هم في حقيقة الأمر جزائريين مقيمين بالخارج يدخلون لبلدهم خاصة في موسم الاصطياف، والسبب وراء انخفاض عدد السياح الأجانب الوافدين للجزائر هو نظام التأشيرة الذي يعد من بين الأسباب الرئيسية وراء تصنيف الجزائر المتدني في مؤشر التنافسية السياحية، فطالما كان نظام التأشيرات الجزائري الصارم يمثل عقبة وعملية مرهقة يلتزم بها جميع الأجانب للحصول على تأشيرة مقدما، عكس الإمارات التي استحدثت نظام تأشيرة سياحية متعددة الدخول لمدة 5 سنوات لكافة الجنسيات لتأكيد مكانة الدولة كوجهة سياحية عالمية للجميع، كما ألغت التأشيرة بينها وبين دول التعاون الخليجي فيكفي إبراز بطاقة الهوية أو جواز السفر فقط، مما ساهم في بلوغ 21.6 مليون سائح زار دولة الإمارات العربية سنة 2019، إذ نجد السوق الآسيوية في المقدمة بمعدل 32% من إجمالي السياح والتي تضم الهند في المرتبة الأولى 9.8% ثم المملكة العربية السعودية بنسبة 9.6%، ثم الصين في المرتبة الثالثة 5.7% ثم سلطنة عمان بمعدل 3.5% حيث سجلت هذه الدول مجتمعة أكثر من 7 مليون سائح زار إمارة دبي سنة 2019، وتأتي السوق الأوروبية في المرتبة الثانية بمعدل 23,4% الممثلة بالدرجة الأولى بالمملكة المتحدة وألمانيا وفرنسا، وفي المرتبة الثالثة روسيا بـ 5.1% ثم أمريكا 2.8% أما معدل 56.7% فهي من مختلف دول العالم، وتأتي هذه النتائج لتؤكد على نجاح الخطط والاستراتيجيات التي اعتمدها دولة الإمارات لتطوير قطاعها السياحي من خلال تسهيل إجراءات السفر، حيث تساهم التأشيرة السياحية في دعم إستراتيجية الإمارات الرامية إلى استقطاب المزيد من السياح والزوار الدوليين، وتوفير أفضل التجارب لهم لتحفيزهم على تكرار الزيارة، إضافة إلى تنويع الأسواق المستهدفة، الأمر الذي سينعكس بشكل إيجابي على مختلف القطاعات الاقتصادية وزيادة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للدولة.

¹ - Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, „Principaux Agrégats du Tourisme, OP.CIT.

1-المقارنة حسب مؤشر تدفقات السياح إلى عدد سكان دول المقارنة:

يعتبر مؤشر تدفق السياح مؤشرا هاما في استراتيجيات التنمية السياحية لأي دولة، حيث تسعى الدول من خلال خططها وسياساتها وبرامجها ذات الصلة بتطوير القطاع السياحي إلى جذب أكبر عدد من السياح سواء من أسواقها التقليدية أو العمل على أسواق جديدة، وعلى هذا فالدول الرائدة سياحيا تجد فيها نسبة السياح الوافدين إليها تفوق عدد سكانها، ويتضح هذا المؤشر في دول المقارنة كما يلي:

الجدول رقم (65): مقارنة عدد السياح الوافدين بعدد سكان دول المقارنة للفترة 2000-2019

السنوات	الجزائر			المغرب			الإمارات العربية المتحدة		
	عدد السكان A	عدد السياح الوافدين T	النسبة T/A	عدد السكان A	عدد السياح الوافدين T	النسبة T/A	عدد السكان A	عدد السياح الوافدين T	النسبة T/A
2000	30.46	0.68	%2.23	28.7	4.24	%14.77	3.13	3.90	%124.6
2005	32.85	1.44	%4.38	30.45	5.84	%19.17	4.59	7.13	%155
2010	35.97	2,07	%5.75	32.34	9.29	%28.72	8.55	9.80	%115
2013	38.3	2.30	%6	33.71	10.04	%29.78	9.19	15.67	%170
2015	40.4	1.71	%4.23	34.66	10.17	%29.34	9.26	17.47	%189
2019	43.42	2.37	%5.45	36.91	12.93	%35.01	9.77	21.55	%220

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سابق.

قراءة أرقام الجدول رقم (65) توضح أن الإمارات العربية تأخذ المركز الأول ثم المغرب فالجزائر في المرتبة الأخيرة، وبالرغم من أن هذا المؤشر لا يستخدم كثيرا في تحليل الأداء السياحي للدول باعتباره يميل إلى البلدان الأقل عددا من السكان، إلا أننا آثرنا استخدامه لأن الدول السياحية الأولى في العالم كفرنسا وإيطاليا وإسبانيا والتي يقدر عدد سكانها سنة 2019 حوالي 67.06 م ن، 46.94 م ن، 60.36 م ن على الترتيب، نجد أن عدد السياح الوافدين إليها لنفس الفترة بلغ 89، 62، 82 مليون سائح حيث تجاوز هذا المؤشر في هذه الدول معدل 100% مما يثبت أن هذا المؤشر الكمي مهم في خطط التنمية السياحية لهذه البلدان، وبالعودة إلى الجزائر نجد أن نسبة عدد السياح الوافدين إلى عدد سكان سجلت انخفاضا كبيرا حيث لم تتجاوز في أحسن الأحوال 6% وكان ذلك سنة 2013 وهذا نتيجة ارتفاع عدد السياح الوافدين بسبب سوء الأوضاع الأمنية في دول الجوار، ليعاود هذا المؤشر الانخفاض، لكن هناك عامل آخر يزيد الواقع السياحي في الجزائر تدهورا ألا وهو السياحة العكسية بحيث يفضل أغلب الجزائريين التوجه نحو الخارج عن السياحة المحلية، أين ارتفع من مليون سائح سنة 2000 إلى أكثر من 5.6 مليون سائح سنة 2019 غادر الجزائر نحو أكثر الوجهات التي يفضلها وهي تونس، تركيا، مصر، الإمارات العربية، أما المغرب فقد سجل تطورا في هذا المؤشر الذي شهد ارتفاعا سنة بعد سنة من 14.77% عام 2000 إلى 35.01% عام 2019 ويعزز هذا التطور إلى الرؤى الإستراتيجية التي اعتمدها المغرب لزيادة عدد السياح الوافدين للمملكة، في حين تعتبر الإمارات العربية الأولى عالميا في هذا المؤشر حيث سجل معدل 220%، أين أضحت من الوجهات المفضلة للعديد من السياح، الأمر الذي يؤكد أن الإمارات من أبرز الوجهات السياحية الأولى في العالم بفضل الطفرة الإنشائية الهائلة

والاهتمام الرسمي والشعبي بالمرافق والمشروعات السياحية والنقل المريح ومستوى الخدمات في القطاع الفندقي التي تلبى حاجة السياح.

المطلب الثاني: المقارنة على أساس مساهمة الاستثمار السياحي في قضايا التنمية

نقيم دور الاستثمار السياحي في اقتصاديات دول المقارنة من خلال مجموعة من المؤشرات الكلية الاقتصادية التي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من مؤشرات التنمية المستدامة، وأهمها مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وموازنة السياحة الدولية بخصم النفقات من الإيرادات ودورها في الميزان التجاري، بالإضافة إلى مساهمتها في التشغيل

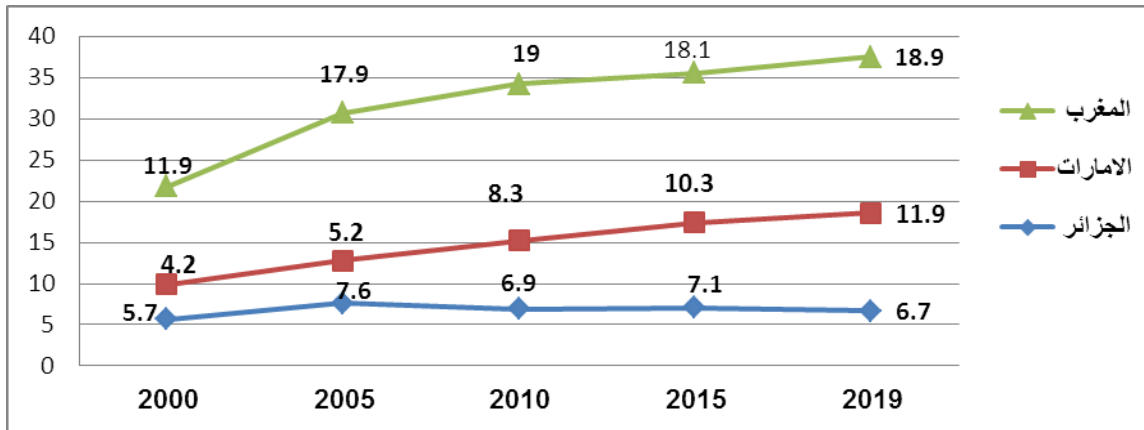
أولاً-نسبة المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة:

نوضح المساهمة الإجمالية للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة في الشكل

رقم (40) :

الشكل رقم (40): نسب مساهمة إجمالي القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة الفترة

2019-2000



المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على:

-قاعدة بيانات العالم أطلس، مؤشرات السياحة الرئيسية، مرجع سابق.

المنحنى أعلاه المبين في الشكل رقم (40) يبين أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للمغرب هو الأعلى بين دول المقارنة، مما يؤكد أن قطاع السياحة له مكانة كبيرة في اقتصاد المغرب فهو ضمن أولوياته التنموية خاصة وأنه دولة غير نفطية، حيث تعكس معدلات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مستوى تطور القطاع السياحي للمغرب حيث ارتفعت من 11.9% سنة 2000 لتبلغ 19% سنة 2010 وهي أعلى نسبة مساهمة، لتعاود الانخفاض بعدها وذلك بسبب أحداث الربيع العربي بالمنطقة العربية والتي أثرت بشكل عام على القطاع السياحي لتعاود الارتفاع سنة 2019 بمعدل 18.9% وهو معدل أعلى من المتوسط العالمي والبالغ 9-10%، لتؤكد المكانة الكبيرة للقطاع السياحي في المغرب.

أما الإمارات العربية المتحدة فتحتل المركز الثاني في دول المقارنة حيث ينمو المعدل بصورة مطردة خلال الفترة 2019-2000، وأشارت دراسة أعدها مجلس السفر والسياحة العالمي سنة 2019

حول أهمية قطاع السفر والسياحة، مقارنة بقطاعات أخرى حيوية إلى أن تأثير مساهمة قطاع السفر والسياحة في الناتج المحلي لدولة الإمارات العربية أكبر من تأثير قطاعات الصناعات الكيماوية وصناعة السيارات، وهي أعلى ثمان مرات من حجم قطاع الزراعة في الدولة الذي سجل نسبة 1.6% فقط، وقد ارتفعت المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الإماراتي من 19.12 مليار دولار سنة 2000 إلى أكثر من 43.73 مليار سنة 2019، فهو يساهم بنسبة 11.9% في الناتج المحلي الإجمالي وهذه النسبة أعلى أيضا من متوسط مساهمة القطاع في الاقتصاد العالمي، فالنمو السنوي لقطاع السياحة يمثل أحد المحركات الرئيسية لنمو الاقتصاد الوطني للإمارات، فقطاع السياحة يعد أحد محاور العمل الاقتصادي والتنموي في الدولة من خلال الرؤى التنموية التي اعتمدها والتي نقلت الإمارات إلى مستويات سياحية جديدة لم نشهدها من قبل وستدعم اقتصادها بأحد أهم القطاعات حركا وانتعاشا، وبحسب توقعات مجلس السياحة والسفر العالمي فإن نسبة الزيادة ستكون سنويا بقيمة 3.9%.

الشكل رقم 43 يعطي صورة واضحة أن القطاع السياحي في الجزائر قطاع غير مساهم في التنمية الاقتصادية للبلد، حيث ظلت نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تتأرجح بين 5% و7%، وهي نسبة أقل من المعدل العالمي، وهذا راجع بالأساس إلى حجم الإيرادات المنخفضة التي يتم تسجيلها.

ثانيا- رصيد الميزان السياحي لدول المقارنة:

يشخص الميزان السياحي بدقة حالة القطاع السياحي لبلدان المقارنة من خلال مساهمته في تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

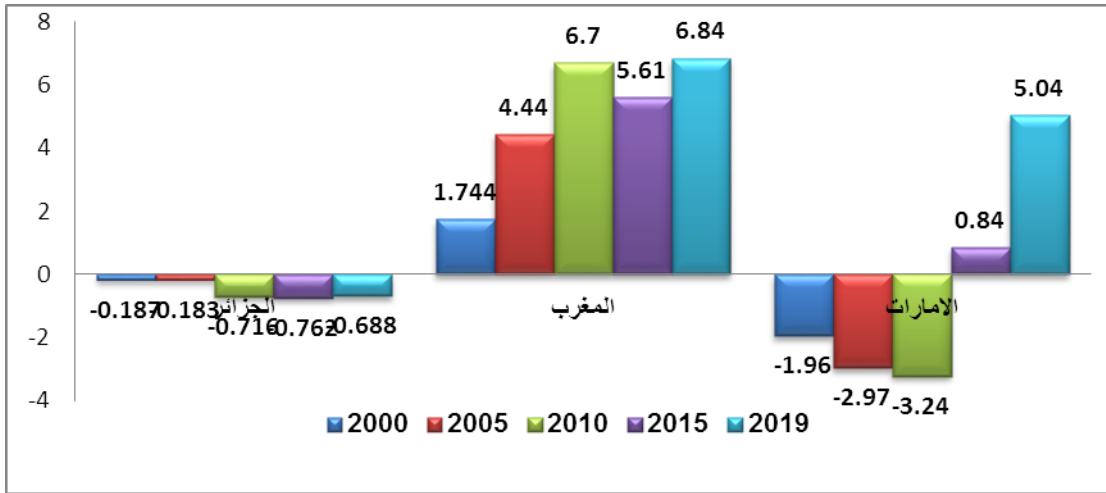
الجدول رقم (66): رصيد الميزان السياحي لدول المقارنة للفترة 2000-2019 الوحدة مليار دولار

البيانات		2000	2005	2010	2015	2019
الجزائر	الإيرادات	0.096	0.477	0.324	0.347	0.140
	النفقات	0.187	0.183	0.716	0.762	0.688
	الميزان السياحي	-0.91	-0.294	-0.392	-0.415	-0.548
المغرب	الإيرادات	2.28	5.43	8.58	7.76	10.01
	النفقات	0.506	0.990	1.88	2.15	3.17
	الميزان السياحي	1.744	4.44	6.7	5.61	6.84
الإمارات	الإيرادات	1.06	3.22	8.58	17.48	38.41
	النفقات	3.02	6.19	11.82	16.64	33.37
	الميزان السياحي	-1.96	-2.97	-3.24	0.84	5.04

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي، مرجع سابق.

يمكن أن نترجم أرقام الجدول أعلاه في الشكل رقم (41):

الشكل رقم (41): رصيد الميزان التجاري لدل المقارنة للفترة 2000-2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول قم (66).

الشكل رقم (41) يبين أن الجزائر تعاني من عجز طيلة الفترة 2000-2019 حيث تخطت مدفوعات السياح الذين يغادرون الجزائر مقدار مدفوعات السياح القادمين إليها، وبالرغم من ارتفاع الإيرادات السياحية وإن كانت ضعيفة إلا أن معدل زيادة النفقات السياحية كان أكبر منها، بحيث لم يتجاوز إنفاق الزوار (الإيرادات) نسبة 0.5% من إجمالي الصادرات، وبالتالي سجل الميزان السياحي عجزا مستمرا حيث صرحت المصادر الرسمية الجزائرية أن عدد الجزائريين الذين يتجهون نحو الخارج في تزايد مستمر منذ 2005 وذلك راجع إلى تواضع الخدمات المتوفرة والتكاليف المرتفعة بالجزائر، حيث تعتبر تونس الوجهة المفضلة للسائح الجزائري نظرا للقرب الجغرافي وانعدام التأشيرة، وقد استقبلت تونس سنة 2019 أكثر من 2 مليون سائح جزائري، على اعتبار أن متوسط مصاريف السائح الجزائري حسب بعض التقارير يقدر بـ500 دولار عن كل خروج مما يضاعف نزيف العملة الصعبة، وهذه نتيجة منطقية للعجز المسجل في الميزان السياحي، أما بالنسبة للمغرب فنجد أن الميزان السياحي قد سجل فائضا طيلة فترة الدراسة حيث ارتفع من 1.74 مليار دولار سنة 2000 إلى 6,84 مليار دولار سنة 2019 مما يبين قوة القطاع السياحي في تحقيق مداخيل مهمة بالعملة الصعبة للدولة، بسبب ارتفاع عدد السياح الذي وصل تقريبا إلى 13 مليون سائحا سنة 2019 مما أدى إلى مضاعفة حجم الإيرادات مقارنة بحجم النفقات وهذا كان له الأثر البارز في تحسين ميزان المدفوعات المغربي بشكل عام، في حين سجلت الإمارات عجزا في ميزانها السياحي للفترة 2000-2010 نتيجة ارتفاع النفقات عن الإيرادات لكن سرعان ما عاد الفائض للميزان السياحي ابتداء من عام 2011 ليصل إلى 3.11 مليار دولار وهذا بسبب ارتفاع الإيرادات السياحية التي تجاوزت 13.21 مليار دولار مقابل نفقات 9.10 مليار، ليرتفع الفائض في الميزان السياحي إلى 5.04 مليار دولار سنة 2019، وهذا مرده إلى سياسة الاستثمار واستراتيجية التخطيط السياحي ومستوى التطور في صناعة الضيافة التي تعتمدها الإمارات والتي تعتبر الأفضل في المنطقة العربية مما مكنها من جذب أكثر من 21 مليون سائح سنة 2019.

ثالثا - مساهمة قطاع السياحة في التشغيل لدول المقارنة:

باعتبار السياحة صناعة تمتاز بكثافة الأيدي العاملة فهي من أهم القطاعات المولدة لمناصب شغل للسكان، سواء مناصب مباشرة أو غير مباشرة، والجدول التالي يبين تطور مساهمة السياحة المباشرة في التوظيف لأن فرص العمل غير المباشرة يصعب تقديرها لذا لا نشير إليها.

الجدول رقم (67): المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في التوظيف بدول المقارنة الوحدة: ألف منصب

السنوات	الجزائر		المغرب		الإمارات	
	عدد الوظائف	النسبة من إجمالي العمالة	عدد الوظائف	النسبة من إجمالي العمالة	عدد الوظائف	النسبة من إجمالي العمالة
2000	154.7	%2.4	474.7	% 5	61.7	%3.6
2005	258.9	%3	748.9	%7.8	119.7	%4.2
2010	254.9	%2.5	833.9	%7.9	260	%4.6
2015	305.5	%2.9	795.9	%7.1	313.1	%5
2019	309.5	%2.8	853.7	%7.3	349.8	%5.5

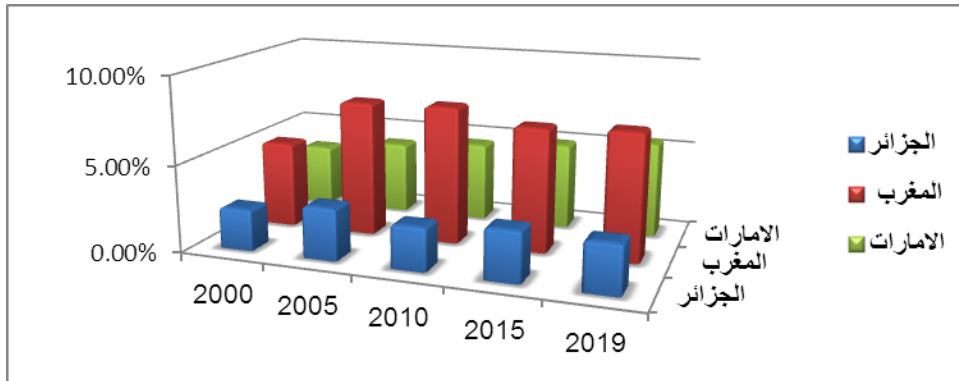
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات:

- ATLAS MONDIAL DE DONNEE, Contribution directe du tourisme et voyage à l'emploi Algérie, Maroc, UEA, sur le site: <https://knoema.fr/atlas/topics/Tourisme/Contribution-directe-du-tourisme-et-voyage> consulter le 27-05-2019.

يمكن ترجمة أرقام الجدول أعلاه إلى الشكل رقم (42) الذي يوضح أكثر نسبة مساهمة السياحة

في التشغيل:

الشكل رقم (42): نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في التوظيف بدول المقارنة للفترة 2000 - 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (67).

أرقام الجدول رقم (67) تشير أن قطاع السياحة يساهم في توفير مناصب شغل في الدول الثلاث ولكن بنسب متفاوتة حسب درجة أهمية القطاع السياحي لكل دولة، فنجد أن مساهمته في توفير فرص العمل في كل من المغرب والإمارات العربية هي مساهمة فعالة، والشكل رقم (44) يؤكد بوضوح احتلال المغرب المرتبة الأولى في نسب التوظيف ويتضح لنا ذلك من خلال ضخامة إجمالي العاملين في القطاع السياحي مقارنة بالجزائر والإمارات، حيث ارتفع عدد الوظائف المباشرة التي توفرها السياحة المغربية من 474.7 ألف وظيفة سنة 2000 إلى 853.7 ألف سنة 2019، أي ما يمثل الضعف وبنسبة 7% في المتوسط من إجمالي العمالة في البلد، ويرجع ذلك إلى انتعاش السياحة بالمغرب والتوافد الكبير للسياح

الذي اثر بشكل إيجابي على سوق العمل مما سمح بتوفير مناصب شغل للمغاربة بشكل غير مسبوق، ويعتبر هذا الرقم قريب جدا من أهداف رؤية 2020 بتوفير مليون منصب شغل مباشر، فالسياحة في المغرب تأتي كثاني مساهم في توفير فرص العمل بعد قطاع الفلاحة، أما الإمارات فبالرغم من صغر مساحتها إلا أنها من أهم وأكبر مناطق الجذب السياحي في المنطقة العربية فاستطاعت السياحة فيها أن تضاعف عدد المناصب المباشرة بـ 5.7 أضعاف خلال الفترة 2000-2019، من 61 ألف منصب لأكثر من 349 ألف منصب وارتفعت مساهمتها في التشغيل للدولة من 3.6% إلى 5.5% من إجمالي العمالة، أما الجزائر فمساهمة السياحة في التشغيل ضعيفة بالمقارنة مع المغرب والامارات فهي تتأرجح بين 2% و3% من إجمالي العمالة مما يدل على عدم استفادة المجتمع المحلي من فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي بالبلد.

المطلب الثالث: المقارنة على أساس مؤشرات التنافسية العالمية

يعتبر مؤشر التنافسية Competitiveness index مؤشر رقمي يستخدم في تقرير التنافسية العالمي لمقارنة اقتصادات دول العالم، وتختلف مؤشرات التنافسية باختلاف مجال التحليل ومستوياته سواء كان مؤسسة أو قطاع أو دولة، لكن يبقى هدفها توضيح نقاط القوة والضعف، والتعرف على مستويات التحليل المختلفة، فالقدرة التنافسية لأي بلد مرتبطة بمعدلات الإنتاج فيه للارتقاء بمستوى المعيشة كهدف استراتيجي لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

أولا- مفهوم التنافسية العالمية:

التنافسية العالمية معيار يقيس أداء مجموعة مؤسسات الدولة والسياسات التي تتبناها، والتي تحدد مستوى الإنتاجية والدخل والعائد الاقتصادي والعوامل التي تحدد ازدهار الاقتصاد في الحاضر والمستقبل، وبالتالي قدرته على تحقيق النمو الاقتصادي واستدامة التنمية، وتكمن أهمية التنافسية العالمية في تعظيم الاستفادة من الفرص التي توفرها العولمة وانفتاح الحدود الدولية وبخاصة أمام الاستثمارات الأجنبية.

1- الملامح الاقتصادية لدول المقارنة حسب مؤشر التنافسية العالمية 2019:

يعد المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum (WEF مسؤولا عن تقييم التنافسية العالمية إذ يقدم تقريرا منذ سنة 2004 عن قدرة الدول على توفير مستويات عالية من الرفاهية لمواطنيها، الأمر الذي يتوقف على كيفية تخصيص الدولة للموارد المتاحة، وعلى استدامة تحسين الإنتاجية، التي تشكل أهم العوامل المحددة للنمو الاقتصادي على المدى الطويل، ويتضمن تقرير التنافسية العالمية أربعة محاور أساسية تضم البيئة الاقتصادية التمكينية، الموارد البشرية، الأسواق، وبيئة الابتكار، تتوزع هذه المحاور الأربعة على 12 مؤشرا رئيسيا تتدرج تحته 103 مؤشرا فرعيا تنافسيا في مختلف المجالات الاقتصادية والمالية والتشريعية والإدارية والاجتماعية والبيئية، ويغطي تقرير التنافسية العالمية 2019 اقتصاد 141 دولة، حيث تصدرت سينغافورة القائمة لأول مرة بعدما أزاحت الولايات المتحدة وهونغ كونغ وسويسرا والدانمارك واليابان وألمانيا من الترتيب، أما على المستوى العربي تظل دولة الإمارات هي الدولة العربية الوحيدة التي نجحت في حجز موقعها ضمن نادي العشر الكبار في تقرير الكتاب

السوي للتنافسية العالمية، وذلك لأربع سنوات متتالية منذ انضمامها لقائمة العشر الأوائل في العام 2017، والجدول التالي يوضح ترتيب اقتصاد دول المقارنة ضمن مؤشر التنافسية العالمية:

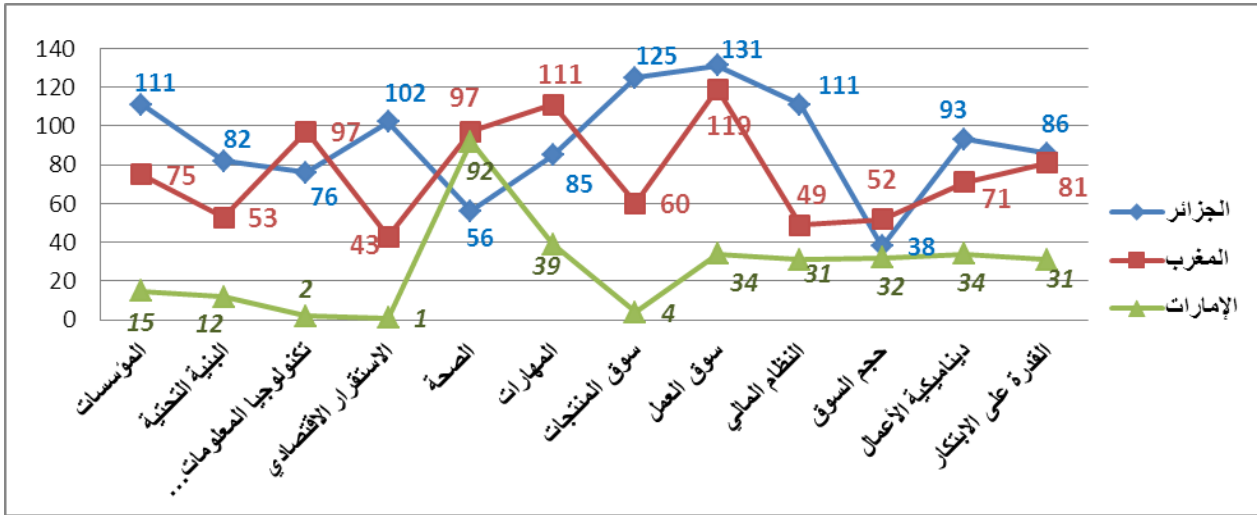
الجدول رقم (68): قياس الأداء الاقتصادي لدول المقارنة حسب مؤشرات التنافسية العالمية لعام 2019

مؤشرات التنافسية	الجزائر	المغرب	الإمارات
المؤسسات	111	75	15
البنية التحتية	82	53	12
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	76	97	2
الاستقرار الاقتصادي	102	43	1
الصحة	56	97	92
المهارات	85	111	39
سوق المنتجات	125	60	4
سوق العمل	131	119	34
النظام المالي	111	49	31
حجم السوق	38	52	32
ديناميكية الأعمال	93	71	34
القدرة على الابتكار	86	81	31
الترتيب العام / 141 دولة	89	75	25

Source: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2019.

نترجم أرقام الجدول رقم (68) في الشكل رقم (43):

الشكل رقم (43): ترتيب دول المقارنة حسب مؤشر التنافسية العالمية 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على بيانات الجدول رقم (68).

يبين الجدول السابق رقم (68) أن الإمارات جاءت في المرتبة الأولى بترتيب 25 عالميا، ثم المغرب في المرتبة الثانية بترتيب 75 عالميا وفي المرتبة الأخيرة الجزائر بترتيب 89 عالميا، وقد جاءت الإمارات الأولى عربيا ضمن أفضل خمسة دول في 19 مؤشرا عالميا، وضمن أول 20 دولة على الصعيد العالمي في 57 مؤشرا، أي أكثر من نصف المؤشرات التي يرصدها التقرير لعام 2019 الذي

شمل 141 دولة¹، كما تقدمت بمركزين مقارنة بسنة 2018 (من المرتبة 27 إلى 25)، وحسب الشكل رقم (43) فقد تحسنت الإمارات على النقيض الكامل 100 نقطة أي المركز الأول عالميا في مؤشر الاستقرار الاقتصادي حيث اشتمل المؤشر على استقرار التضخم وديناميكية الديون، عكس الجزائر التي حققت المرتبة 102 في هذا المؤشر مما يعكس ضعف أداء الدولة على المستوى الكلي حيث وصل مستوى التضخم إلى 4.9%، أما المغرب فقد حققت المرتبة 43 عالميا في هذا المؤشر وهي مرتبة متقدمة عن الجزائر بكثير، كما شهدت الإمارات تحسينات كبيرة في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما جعلها تسجل (المرتبة الثانية عالميا)، لتكمل مزاياها التنافسية الطويلة الأمد بسوق المنتجات حيث احتلت (المرتبة الرابعة عالميا)، و(المرتبة الثانية عشر) في مؤشر البنية التحتية حيث تتوفر البلاد على أحدث أنظمة النقل في العالم، كما أن النظام المالي متطور جدا في الإمارات (المرتبة 31 عالميا) وقد يوفر المزيد من الفرص للاستثمار في الأسهم (المرتبة 39) ومنتجات التأمين (المرتبة 71)، في حين أن القطاع المصرفي لا يزال يستوعب القروض المتعثرة (المرتبة 83)، ويمكن أيضًا تحسين سوق العمل (المرتبة 34) من خلال تحقيق توازن أفضل بين المرونة وحقوق العمال ومشاركة المرأة مما سيسمح بتقييم أفضل لرأس المال البشري الإماراتي.

أما المغرب الذي يأتي في المرتبة الثامنة على المستوى العربي والمرتبة 75 عالميا، فقد حقق أفضل مراتبه في مؤشر استقرار الاقتصاد الكلي حيث احتل (المرتبة 43 عالميا)، ومؤشر المؤسسات (المرتبة 45)، ومؤشر النظام المالي (المرتبة 49)، و(المرتبة 53) في مؤشر البنية التحتية، في حين حققت مراتب متدنية في باقي المؤشرات وهذا ما يؤكد أن المغرب في مركز متوسط في القدرة التنافسية حيث حصل على 60 نقطة من 100 من مجموع المؤشرات، لكن يتعين على المغرب الاهتمام بالتوظيف الجيد لسوق العمل (المرتبة 119)، وتشجيع الإبداع وتخفيف اتساع فجوة المهارات والتركيز المبالغ فيه في السوق (المرتبة 111).

في حين الجزائر جاءت في المرتبة الأخيرة بين دول المقارنة فقد احتلت المرتبة 11 عربيا من أصل 14 دولة عربية و(المرتبة 89 عالميا) من أصل 141 شملها التقرير، ولو أن أدائها الاقتصادي قد تحسن بمعدل ثلاثة مراتب عن تقرير 2018 (من المرتبة 92 إلى 89) إلا أنها لازالت في ذيل الترتيب عربيا وعالميا، حيث سجلت مراتب جد متدنية في أغلب المؤشرات، بينما حققت أحسن مراتبها في مؤشرين فقط هما مؤشر الصحة (المرتبة 56) متقدمة بذلك عن الإمارات والمغرب اللتان تحصلتا على (المرتبة 92 والمرتبة 97 على الترتيب)، ومؤشر حجم السوق (المرتبة 38) متقدمة بذلك عن المغرب (المرتبة 52)، ويعتمد هذين المؤشرين في منهجيتهما على ارتفاع إجمالي الناتج المحلي حيث احتلت فيه الجزائر (المرتبة 35)، ومتوسط العمر المتوقع 66.5 سنة أين سجلت (المرتبة 55 عالميا)، وعموما المرتبة 89 هي مرتبة أقل ما يقال عنها أنها لا تعكس المستوى الاقتصادي المنتظر من قدرات الجزائر

¹ - World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2019, page 20.

لما تتوفر عليه من إمكانات مادية وبشرية وإستراتيجية التنمية المتبناة منذ 2016 التي تهدف إلى التنوع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، وبهذا فإن مؤشر التنافسية العالمية 2019 يلقي بظلال ثقيلة على عجز الجزائر في الوصول بالإنتاجية والنمو الاقتصادي إلى المستوى الذي يحسن مستويات المعيشة ويحقق الرفاه.

ثانيا- مفهوم التنافسية السياحية:

تنافسية القطاع السياحي تعرف بأنها "مقدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، ويعد القطاع تنافسيا لما تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة، سواء المحلية أم الدولية، من خلال المحافظة على حصتها السوقية والعمل على تميتها باستمرار وتحقيق الأرباح"¹، في حين تعرفها منظمة السياحة العالمية بأنها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين وقدرة البلد على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية"².

ومن خلال هذه المفاهيم يتضح لنا أن التنافسية السياحية هي مؤشر عن القوة الاقتصادية التي يتمتع بها القطاع الاقتصادي في الدولة، من خلال قدرته على جذب أكبر عدد ممكن من السياح المحليين والأجانب وما يمتلكه من مقومات جذب، واستثمارات سياحية، وجودة الخدمات مع مختلف التسهيلات التي تتماشى مع متطلبات العولمة، التي تمكنه من زيادة حصته في السوق السياحية (القدرة على تحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية).

وانطلاقا من أهمية تنافسية السياحة والسفر فإن المجلس الوزاري العربي للسياحة قد قام بتكليف المنظمة العربية للسياحة بتحليل تقرير تنافسية السياحة والسفر الذي يصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس ويقدم تقرير كل عامين يبين فيه مرتبة السياحة في الدول العربية عالميا وعربيا، وقد أصدر هذا المنتدى تقريره الأول سنة 2007، كما عرفت مؤشرات تغييرات منذ سنة 2007 حتى 2013 أين كان يعتمد على ثلاثة مؤشرات انبثقت منها 14 مؤشر فرعي و79 متغير، وابتداء من سنة 2015 قام المنتدى الاقتصادي دافوس بتغيير بعض المسميات للمؤشرات حيث اعتمد على أربعة مؤشرات رئيسية للتنافسية ضمن 14 مؤشرا منفصلا و90 متغير، وقد أصدر هذا المنتدى تقريره عام 2015 تحت مسمى "النمو من خلال الصدمات" والاسم مستوحى من تعرض قطاع السياحة لعدة صدمات صحية وكوارث جوية بالإضافة لأزمات الربيع العربي، وقد ضم 141 دولة، وفي سنة 2017 اصدر تقريره تحت عنوان "تمهيد الطريق نحو مزيد من الاستدامة ومستقبل شامل" وتضمن 136 دولة، أما سنة 2019 فقد أصدر تقريره تحت عنوان "السفر والسياحة في نقطة تحول" والذي ضم 140 دولة.

¹ - بن شوك وهيبه، يحيوي نصيرة، "تحليل واقع تنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية"، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، العدد8، الجزء الأول، 2018، ص 104.

² - علي ماي، "تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية": الجزائر، تونس، المغرب، مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي، الجزائر، المجلد 5، العدد2، ديسمبر 2018، ص363.

1-الأداء السياحي لدول المقارنة وفقا لمؤشرات التنافسية السياحية:

تشير تقارير تنافسية السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي للسنوات 2015-2017، عن تصدر إسبانيا القائمة عالميا، تليها كل من فرنسا ثم ألمانيا، أما على المستوى العربي فإن تقارير التنافسية لنفس السنوات تشير أن الإمارات المتحدة العربية هي الأولى عربيا، ثم قطر، ثم سلطنة عمان، والجدول رقم (69) يوضح تنافسية القطاع السياحي لدول المقارنة وفق مجموعة من المؤشرات:

الجدول رقم (69): مؤشرات تنافسية القطاع السياحي لدول المقارنة سنتي 2017 و 2019

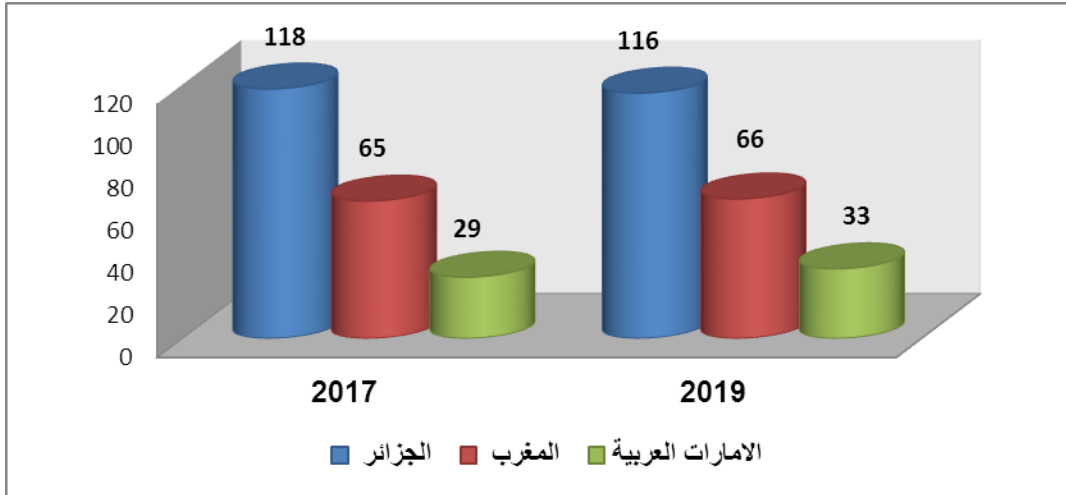
ترتيب 2019 (دولة 140)			ترتيب 2017 (دولة 136)			المؤشرات
الإمارات	المغرب	الجزائر	الإمارات	المغرب	الجزائر	
17	71	80				المؤشر الأول: البيئة التمكينية
9	38	118	5	49	110	- بيئة الأعمال
7	28	53	2	20	81	- الأمن والأمان
66	97	76	63	99	89	- الصحة والنظافة
26	99	102	23	117	112	- الموارد البشرية وسوق العمل
4	72	89	15	77	96	- جاهزية تكنولوجيا المعلومات
73	47	134				المؤشر الثاني: السياسات والظروف التمكينية
71	25	132	31	35	131	- أولوية السفر والسياحة
63	80	139	75	91	134	- الانفتاح الدولي
64	46	8	56	47	4	- تنافسية الأسعار
41	44	133	40	107	106	- الاستدامة البيئية
13	69	115				المؤشر الثالث: البنية التحتية
4	58	99	3	63	100	- البنية التحتية للنقل الجوي
31	61	90	19	60	105	- البنية التحتية للنقل البري والبحري
22	78	136	27	80	131	- البنية التحتية للخدمات السياحية
73	54	80				المؤشر الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية
103	63	126	91	47	124	- الموارد الطبيعية
45	47	51	50	41	53	- الموارد الثقافية
33	66	116	29	65	118	الترتيب العام

Source: -World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report2017.

- World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.

الجدول رقم (69) يبين بوضوح أن دولة الإمارات العربية المتحدة صاحبة أعلى معدل اقتصادي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وهذا بالرغم من تعثرها بأربع مراتب مقارنة بسنة 2017، والشكل رقم (44) يبين ذلك بأكثر توضيح:

الشكل رقم (44): المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في بلدان المقارنة (2017-2019)

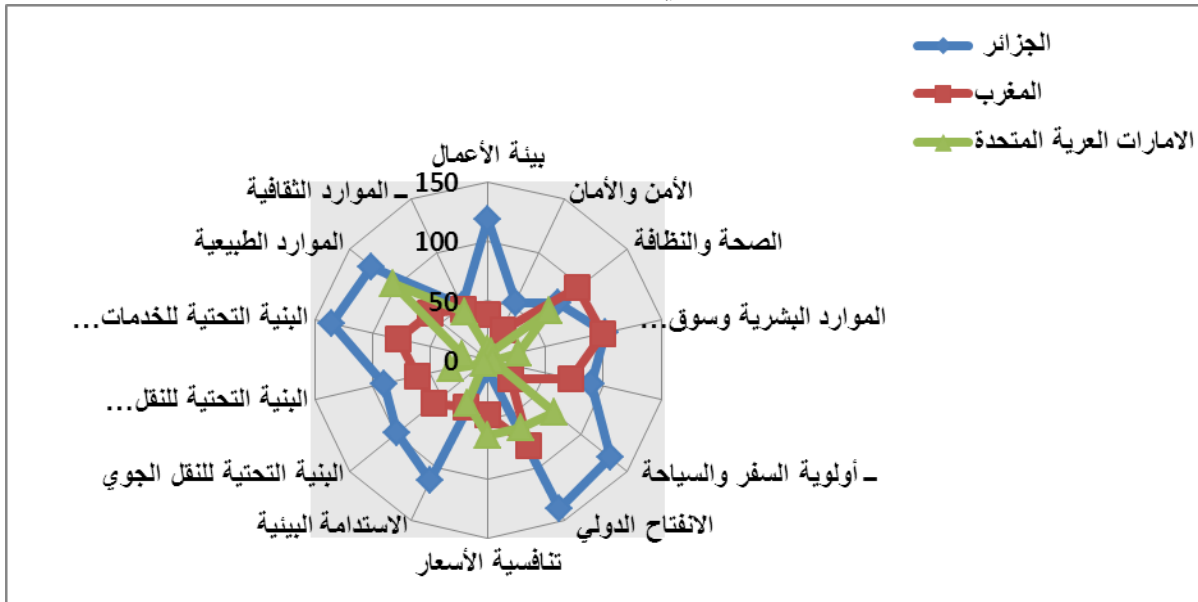


المصدر: من إعداد الباحثة الاعتماد على بيانات الجدول رقم (69).

الشكل رقم (44) يوضح أن الإمارات صاحبة المركز الأول حيث احتلت المرتبة 33 على مستوى العالم سنة 2019، ثم تأتي المغرب في المرتبة 66 عالميا والسادسة عربيا وتتعثّر هي الأخرى بمرتبة واحدة مقارنة بسنة 2017، أما الجزائر لازالت متأخرة جدا على مستوى الأداء السياحي إذ احتلت المرتبة 116 عالميا والمرتبة 12 عربيا من أصل 13 دولة عربية، وهذا بالرغم من إحرازها تقدما بمرتبتين مقارنة بسنة 2017:

أما ترتيب المؤشرات الفرعية للأداء السياحي لدول المقارنة نبينها في الشكل رقم (45):

الشكل رقم (45): الأداء السياحي لكل من الجزائر، المغرب، الإمارات عام 2019

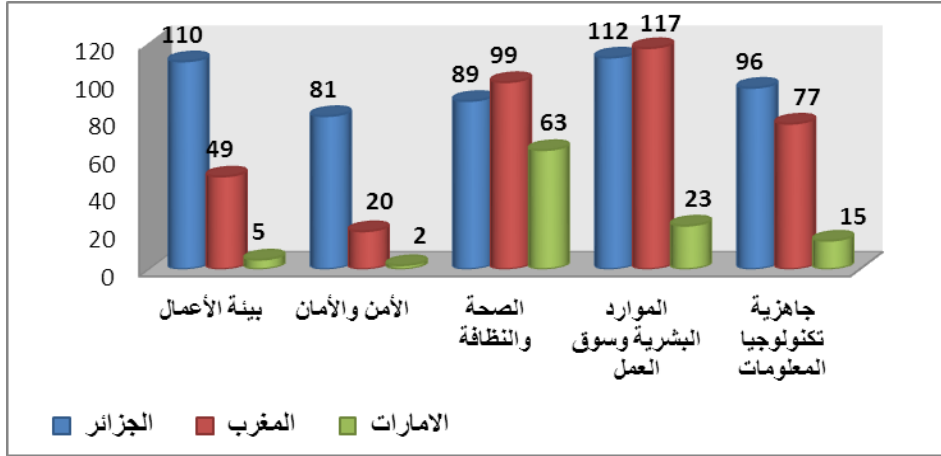


المصدر: من إعداد الباحثة الاعتماد على بيانات الجدول رقم (69).

1-1-تقييم مؤشر البيئة التمكينية:

يحتوي هذا المؤشر على خمسة مؤشرات فرعية احتلت الإمارات العربية فيها المركز الأول ليس على مستوى دول المقارنة فحسب بل حتى على المستوى العربي، حيث تتمتع البلاد بأفضل بيئة تمكينية عامة في المنطقة (المرتبة 17) عالميا، ثم المغرب (بالمرتبة 71) ثم الجزائر في (المرتبة 157) عالميا، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (46): ترتيب دول المقارنة في مؤشر البيئة التمكينية عام 2019



المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (69).

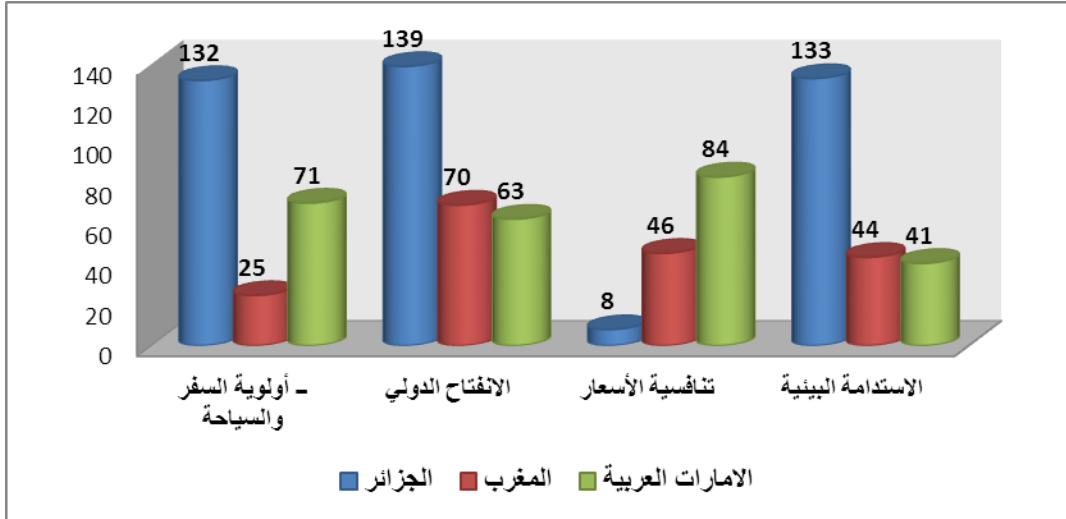
الشكل رقم (46) يوضح أن الإمارات العربية لديها أعلى درجة لهذا لمؤشر بين دول المقارنة، بل من أي بلد خارج أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ وأمريكا الشمالية، فدولة الإمارات العربية تتمتع ببيئة أعمال جيدة جدًا (المرتبة التاسعة عالميا والأولى عربيا) وهذا بالرغم من تخلفها بأربعة مراتب عن سنة 2017، هذا وقد احتلت الإمارات العربية المرتبة 16 عالميا في مؤشر سهولة الأعمال لسنة 2020 الصادر عن المجموعة البنك الدولي وتعتبر "ممارسة أنشطة الأعمال" أداة قيمة يمكن للحكومات استخدامها لتصميم السياسات التنظيمية، كما أنها وسيلة لقياس التقدم، كما حققت الإمارات أيضا مركزا متقدما عن الجزائر والمغرب في مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل (من المرتبة 23 إلى المرتبة 26) وظروف السلامة والأمن (المرتبة السابعة)، وتكتسب زخما في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (من المرتبة 15 سنة 2017 إلى المرتبة الرابعة عام 2019)، وبالتالي تتمتع بظروف مواتية للاستثمار والنمو في قطاع السياحة والسفر، ثم تأتي المغرب في المرتبة الثانية في دول المقارنة حيث احتلت المرتبة 71 عالميا في مؤشر البيئة التمكينية والأولى في شمال إفريقيا، وتتمتع المغرب بالمرتبة 38 و28 في مؤشر بيئة الأعمال، الأمن والأمان، على الترتيب، حيث تسهم بيئة الأعمال في دعم المقاولاتية وتكوين المؤسسات الداعمة للسياحة في المغرب بخلاف الجزائر التي تحصلت على مراتب 118 و53 في المؤشرات ذاتها وإن كانت الجزائر قد سجلت تحسنا في مؤشر الأمن والأمان مقارنة بسنة 2017 (من المرتبة 81 إلى المرتبة 53) غير أنها سجلت أدنى المراتب من حيث الأثر التجاري للقواعد على الاستثمار الأجنبي المباشر حيث تمثل بيئة الأعمال عائقا في الجزائر أمام نمو مؤشر البنية التمكينية خاصة أمام إنشاء

المؤسسات الفندقية والسياحية، هذا وقد احتلت الجزائر المرتبة 157 عالميا من مجموع 190 دولة شملها التصنيف سنة 2020 في سهولة الأعمال على عكس المغرب التي تحصلت على المرتبة 53، مما يؤكد مرة أخرى أن بيئة الأعمال لا تشجع على الاستثمار السياحي في الجزائر، ومع ذلك فإن تحسين أداء تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بالمغرب من المرتبة 77 سنة 2017 إلى 72 سنة 2019 خفف من مؤشر تدهور السلامة والأمن (من المرتبة 20 إلى 28)، وقد سجلت الجزائر في مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتبة متأخرة بكثير عن الإمارات والمغرب ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى ضعف استخدام الانترنت من منظمات الأعمال إلى المستهلك، وانخفاض في جودة إمدادات الكهرباء، لكن بالمقابل حققت الجزائر مرتبة لا بأس بها في مؤشر الصحة والنظافة حيث تحسنت (من المرتبة 89 إلى 76) متقدمة بذلك على المغرب الذي سجل نتائج متأخرة (من المرتبة 99 إلى 97)، ويعود ذلك إلى التحسن الذي شهدته الجزائر في مؤشرات الصحة والنظافة المتمثلة في كثافة الأطباء، والوصول إلى مرافق الصرف الصحي، وأسرة المستشفيات لكل 10 آلاف فرد.

1-2-تقييم مؤشر السياسات والظروف التمكينية:

احتلت المغرب في المؤشر السياسات والظروف التمكينية لسنة 2019 المرتبة الأولى بين دول المقارنة (المرتبة 47 عالميا) ثم الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الثانية (المرتبة 73 عالميا) ثم الجزائر في المرتبة الثالثة (المرتبة 134 عالميا)، ويضم هذا المؤشر أربعة مؤشرات فرعية ترتيب دول المقارنة فيها يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (47): ترتيب دول المقارنة في مؤشر السياسات والظروف التمكينية عام 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (69).

الجدول السابق رقم (69) يؤكد تحسن أداء المغرب سنة 2019 في هذا المؤشر مقارنة بسنة 2017، وهذا بسبب ارتفاع المؤشرات الفرعية التي تدخل في نطاق هذا المؤشر كما يوضحها الشكل رقم (47) والمتمثلة في أولوية السفر التي سجل فيها المغرب المرتبة (25) والإمارات (المرتبة 71) ثم الجزائر (المرتبة 132)، وحقق المغرب هذه المرتبة نتيجة الأولوية الحكومية لصناعة السياحة والإنفاق الحكومي

على القطاع كما يركز المغرب على مجال التسويق السياحي والعمل على توفير مختلف المعلومات التي يحتاجها السائح بشكل مستمر، كما حقق المغرب أيضا مرتبة متقدمة في الانفتاح الدولي (المرتبة 80) متقدما على الإمارات التي سجلت (المرتبة 83) وهذا ناتج لحجم الاتفاقيات الدولية التي أبرمها المغرب والتي تسمح بتسهيل الإجراءات وعملية انسياب السياح، عكس الجزائر التي تمارس تعقيدات خاصة في الحصول على التأشيرة والانغلاق النسبي أمام الاتفاقيات التجارية الإقليمية مما جعلها تسجل تدهورا في مرتبتها (من المرتبة 135 إلى 139).

ولعل من أبرز العوامل التي تجذب السياح في العالم هو التنافسية السعرية حيث سجلت الجزائر معدلا مرتفعا واحتلت (المرتبة 8) عالميا وإن كانت قد تخلفت بأربعة مراتب عن سنة 2017، إلا أنها تبقى الأولى مغاربيا والثانية عربيا بعد مصر، وهذا يدل على التنافسية العالية للأسعار الجزائرية مقارنة بدول العالم الأخرى، حيث يقيس هذا المؤشر رسوم التذاكر والمطار وتعادل القدرة الشرائية وأسعار الوقود التي حققت الجزائر فيها نقاط جيدة، لكنها تبقى متأخرة في مؤشر أسعار الفنادق مقارنة بالمغرب والإمارات.

أما مؤشر الاستدامة البيئية الذي يعد أحد أبعاد التنمية المستدامة فيؤكد الجدول رقم (69) أن المغرب قطع شوطا كبيرا في تحقيق سياحة مستدامة من خلال الحفاظ على البيئة وتطبيق اللوائح البيئية، حيث انتقل (من المرتبة 107 إلى المرتبة 44) وهذا يعبر عن انطلاقة فارقة في مسار البيئة المستدامة في المغرب حيث تم دسترة حماية البيئة والأخذ بنهج التنمية المستدامة في دستور 2011 من خلال مجموعة من النصوص والتشريعات، التي تضمن العديد من المؤشرات ذات الصلة بالبيئة والتغيير المناخي مثل الغطاء الغابي والتنوع البيولوجي والمعاهدات والاتفاقيات البيئية التي انضم إليها المغرب والتي فاقت 70 إتفاقية منها إتفاقية حماية طبقة الأوزون، إتفاقية الحفاظ على التنوع البيولوجي، إتفاقية الأمم المتحدة للتغير المناخي ومحاربة التصحر، إتفاقية حماية الوسط البحري والساحل بالمنطقة المتوسطية، وهذا نتيجة التزام المغرب الراسخ بوضع خارطة طريق لحماية البيئة في الكثير من المناطق السياحية، من خلال عدة برامج أهمها:¹

- البرنامج الوطني للهواء: جاء هذا البرنامج لرصد جودة الهواء في أكثر من 26 مدينة أهمها فاس وطنجة وتطوان ومراكش والرباط الهدف منه معرفة مصدر تلوث الهواء والتخفيف من انبعاثات الهواء في مجال النقل والاستثمار والمحطات الحرارية؛
- البرنامج الوطني لتطهير المياه العادمة: ويتعلق بمعالجة مياه الوديان والصرف الصحي (الحد من تلوث المياه) في المدن والقرى، حيث تم وضع هذا البرنامج سنة 2005 وقد عرفت وضعية تطهير المياه منذ تفعيل هذا البرنامج إلى غاية 2019 تحسنا ملموسا، حيث مكن من:
 - رفع نسبة الربط بشبكة مياه الصرف الصحي إلى 75% عوض 70% المبرمجة سنة 2005؛

¹ - المملكة المغربية، "استراتيجيات وبرامج التنمية المستدامة"، وزارة الطاقة والمعادن والبيئة- قطاع البيئة، 2020، ص3-9.

- رفع نسبة معالجة المياه العادمة إلى 52.9% عوض 8% المبرمجة سنة 2005؛
- إنشاء 152 محطة لمعالجة المياه العادمة منها 63 محطة ذات المعالجة الثلاثية، و76 محطة طور الانجاز.

• البرنامج الوطني لتثمين النفايات: جعلت الاستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة قطاع النفايات أحد أهم محاورها لضمان تدبير مستدام للنفايات وإعادة استعمالها مما ساعد على خلق استثمارات ومشاريع صغيرة ساعدت على خلق فرص عمل وساعدت فئات هشة من تحسين ظروف عيشها وكذا الرفع من مداخيلها.

أما الإمارات فقد احتلت المرتبة الأولى عربيا في مؤشر الإستدامة البيئية وتسجيلها المرتبة (41) عالميا، وإن كانت متقاربة مع المغرب، إلا أنها تصدر وفقا لتقارير ومؤشرات التنافسية العالمية لعام 2020 المشهد الدولي في 8 مؤشرات عالمية تتعلق بالعمل البيئي، فيما تستحوذ على المركز الأول إقليميا في 19 مؤشرا، وتشمل قائمة تقارير ومؤشرات التنافسية العالمية التي صنفت الدولة في هذه المركز سنة 2020:

- تقرير الكتاب السنوي للتنافسية العالمي الصادر عن المعهد الدولي لتنمية الإداري «IMD» (الذي احتلت فيه الإمارات المرتبة الأولى عالميا في القوانين والتشريعات البيئية)؛
 - مؤشر الابتكار العالمي «الصادر عن معهد إنسياد»، تقرير تنافسية السفر والسياحة؛
 - مؤشر الازدهار، ومؤشر الأداء البيئي الذي يتضمن التنوع البيولوجي الذي يصدر عن جامعة «يال».
- وقد عززت الامارات دورها من خلال انضمامها إلى التحالفات والاتفاقيات الدولية ذات الصلة بالبيئة مثل: التحالف الدولي للطاقة الشمسية، تحالف المناخ والهواء النظيف، التحالف الدولي للتنمية الخضراء للحزام والطريق، مبادرة غذاء للأبد وغيرها من الاتفاقيات، ولازالت تبذل جهودا كبيرة نحو الانتقال إلى مستقبل أكثر استدامة حيث حصلت تطورات مستدامة مبتكرة ساعدتها على الحد من بصمتها الكربونية وأصبحت رائدة في المنطقة العربية، وكان هذا من خلال رؤية الامارات 2021، استراتيجية الطاقة في الامارات 2050 بهدف توفير 75% من إجمالي إنتاج الطاقة من الموارد النظيفة باستثمار يقدر ب600 مليار درهم، كما اعتمدت على نظامان رئيسيان يعملان على توحيد مشاريع البناء لتعزيز الاستدامة في قطاع الاستثمار العقارية وهما: قانون الاستدامة ونظام تصنيف اللؤلؤ بإمارة أبو ظبي حيث تصدر مدينة "مصدر" بالإمارة قائمة المجمعات العمرانية الأكثر استدامة على مستوى العالم، وقانون المباني الخضراء في امارة دبي الذي أصبح إلزاميا منذ 2014 لجميع المشاريع الاستثمارية في مجال العقارات في ادراج عناصر بيئية صديقة للبيئة كاستخدام المواد العاكسة الشمسية والأنواع الأصلية للنبات، وتماشيا مع خطة دبي 2021 تم انشاء مشروع استثماري صديق للبيئة عام 2015 بتكلفة 1.1 مليار درهم والمتمثل في مدينة دبي المستدامة والمتواجدة في دبي لاند هذه المدينة التي تغطي جميع جوانب الحفاظ على الطاقة والابتكارات المعمارية المستوحاة من الطبيعة دون المساومة على الفخامة، والكثير من المساحات الخضراء والبيوت الزجاجية الطبيعية ومزارع عضوية وحدائق فردية لإنتاج الأغذية

المحلية، كما تجسدت الاستدامة البيئية في واحد من أكثر الاستثمارات استدامة وهو حديقة محمد بن راشد آل مكتوم للطاقة الشمسية في دبي بتكلفة 50 مليار درهم لتخفيض 6.5 مليون طن من انبعاثات الكربون سنويا، وهكذا ركزت كل هذه الاستثمارات على تعزيز الاستدامة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للتنمية في دولة الامارات العربية.

أما بالنسبة للجزائر فقد سجلت مرتبة متدنية في مؤشر الاستدامة البيئية كما يوضحها الجدول رقم 70 (من المرتبة 106 إلى 133) وهذا التدهور راجع بالأساس إلى عدم تطبيق اللوائح البيئية وقلة الوعي البيئي، فلا يمكن أن ننكر استثمارات الجزائر بقوة في بناء البنية التحتية المخصصة لحماية البيئة مثل السدود وشبكات توزيع المياه ومحطات معالجة المياه وشبكات الصرف الصحي واتخاذها عدة إجراءات للتقليل من أخطار تلوث الهواء كغلق المصانع منها وحدة مفتاح بالبلدية وزهانة بمعسكر سنة 2008 المفرزة للأميانت بعد ما تبين بأنها ملوثة للهواء ومسببة للسرطان، فضلا عن معالجة النفايات المنزلية والصناعية والطبية... إلخ، كما ركزت جهودها في تنظيم الأطر القانونية المتعلقة بالبيئة وحماية الموارد الطبيعية فاستحدثت الضرائب البيئية وعقود حسن الأداء البيئي، إلا أن كل هذه التدابير لم تخفف من حدة الأثار السلبية على البيئة ومواردها، والسجل البيئي الحقيقي للجزائر يؤكد نتائج لا تعكس ترسانة القوانين التي أقرتها الجزائر لحماية البيئة في ظل متطلبات التنمية المستدامة، فالموارد من الأراضي هشة ومحدودة، وظاهرة التصحر وتهديدها للمجال السهبي الواسع (هو منطقة رعوية عالية الجودة) حيث أظهرت صور ملتقطة بالأقمار الصناعية سنة 2018 أن نسبة المساحات المهدة بالتصحر بلغت 76% من مساحة السهوب، إلى جانب التنوع البيولوجي الذي يعد ثري في الجزائر إلى أنه في خطر بسبب قلة الغطاء الغابي والذي يتعرض لأكبر تهديد وهو الحرائق وما يؤكد ذلك بيانات البنك الدولي لسنة 2020 حيث لم يتجاوز الغطاء الغابي 0.82% من مساحة الأراضي في الجزائر، بالإضافة إلى ضياع حوالي 17% من المساحة الإجمالية للشواطئ نتيجة تمركز معظم الاستثمارات السياحية والصناعية في المناطق الساحلية كما تم منع الاستجمام في 183 شاطئ ضمن 511 شاطئ أي أكثر من الثلث، هذا وإن الانتقال الطاقوي للجزائر دون ديناميكية للتغيير، فهي لم تتطلق بعد للتحويل نحو الاقتصاد الأخضر الذي يعد أحد أهم المعايير الأساسية للتنمية المستدامة فأكثر من 70% من حظيرة المركبات تعمل إلى يومنا بالديزل، و98% من الكهرباء يتم إنتاجها من الغاز في حين 2% فقط تنتج من مصادر الطاقة المتجددة، مما يؤكد الاعتماد على الوقود الاحفوري بالرغم من إمكانات الجزائر الكبيرة في الطاقة الشمسية والطاقة الحرارية الجوفية وطاقة الرياح، كذلك تصنف وحدة الاستخبارات الاقتصادية التابعة لمجموعة the Economist سنة 2021 الجزائر العاصمة كواحدة من عشرة أسوأ مدن للعيش في العالم، مما يثبت أن التخطيط العمراني والحضري وهندسة المناظر الطبيعية في الجزائر منافية تماما لمبادئ الإستدامة لأن التخطيط العمراني المستدام يقوم على مبدئين هاميين:

- لا توجد بيئة عالمية مستدامة من دون بيئة عمرانية مستدامة؛

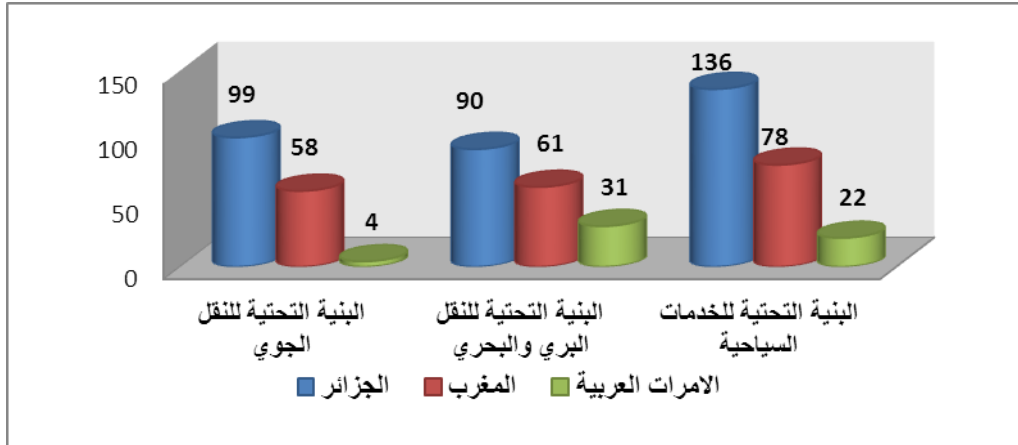
- لا يمكن أن يكون هناك حل دائم للفقر ولتدهور البيئة دون وعي المجتمع المدني واستغلال جديد للأراضي (تغيير جذري في التخطيط العمراني بحيث تتوازن المساحات الخضراء مع المساحات المبنية).

كل هذه العوامل مجتمعة جعلت الجزائر تسجل مرتبة 133 في مؤشر الاستدامة البيئية.

1-3- تقييم مؤشر البنية التحتية:

تعتبر البنية التحتية عاملاً أساسياً في تطوير المشاريع والاستثمارات السياحية، فكلما شهدت السياحة انتعاشاً صاحبها نشاط ملحوظ في صناعة النقل سواء بري أو بحري أو جوي، ومؤشر تنافسية السياحة والسفر لسنة 2019 و2017 يوضح بأن الإمارات العربية المتحدة تحتل المرتبة الأولى في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في مؤشر البنية التحتية، فأكبر ميزة لدولة الإمارات العربية المتحدة على متوسط المنافسة الإقليمية هي بنيتها التحتية، والجدول رقم 72 يوضح أن الإمارات احتلت فيها سنة 2019 (المرتبة 13 عالمياً) ثم المغرب (المرتبة 69 عالمياً) لتأتي الجزائر في المرتبة الثالثة بين دول المقارنة وما قبل الأخيرة عربياً بعد اليمن (المرتبة 134 عالمياً)، ويتكون هذا المؤشر من ثلاثة مؤشرات فرعية ترتيب دول المقارنة فيهم أخذ الشكل رقم (48):

الشكل رقم (48): ترتيب دول المقارنة في مؤشر البنية التحتية عام 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (69).

إن الموقع المركزي للإمارات العربية بين أوروبا وآسيا وبيئة الأعمال القوية والاستثمارات الحكومية سمح بالتحول إلى مركز طيران عالمي رئيسي، والشكل رقم (48) يبين حصول الإمارات على رابع أعلى نقاط ركيزة البنية التحتية للنقل الجوي والقدرة العالية على خطوط الطيران في التصنيف، كما جاءت الإمارات في المركز الأول عالمياً في سلامة الطيران المدني عام 2019 حسب معايير الإيكاو (ICAO) المنظمة الدولية للطيران المدني، هذا وتواصل المطارات في دولة الإمارات العربية المتحدة الاستفادة من التقنيات الجديدة لتعزيز تجربة الركاب، حيث استثمرت الدولة بكثافة في مشاريع تطوير وتوسيع المطارات منها 9.17 مليار دولار في مطار آل مكتوم الدولي، و7.6 مليار دولار في المرحلة الرابعة من توسعة مطار دبي الدولي، و6.8 مليار دولار في خطط تطوير وتوسيع مطارات أبوظبي، وحوالي 400 مليون

دولار في مطار الشارقة الدولي لتوسيع مبنى المطار، هذا وتفتخر دولة الإمارات العربية المتحدة أيضا بوجود طرق عالية الجودة وموانئ وبنية تحتية محسنة للخدمات السياحية (من المرتبة 27 إلى المرتبة 22) باعتبارها مركزًا إقليميًا للأعمال والنقل، وتجذب الإمارات أيضًا المسافرين من رجال الأعمال، وتشجع اجتماعات الجمعيات الدولية (المرتبة 41) عالميا.

أما المرتبة الثانية في مؤشر البنية التحتية فتعود للمغرب الذي أبدى تقدما ملحوظا مقارنة بسنة 2017 حيث احتل (المرتبة 69) سنة 2019 مقارنة بالجزائر المرتبة (115)، إذ تتوفر المغرب على بنية تحتية كثيفة للنقل البحري والبري والجوي تتميز بجودة معتبرة، هذا وقد قامت وزارة السياحة المغربية في 28 جوان 2021 بالتوقيع على مذكرة تفاهم للتعاون وتبادل الخبرات في مجال الطيران المدني بينها وبين الهيئة العامة للطيران المدني بدولة الإمارات العربية المتحدة، من أجل توطيد علاقات التعاون وتبادل الخبرات والمعارف في مجال الطيران المدني وتوحيد المواقف والجهود لتبني وجهة نظر مشتركة يتفقان عليها في الاجتماعات والمؤتمرات الدولية والإقليمية¹.

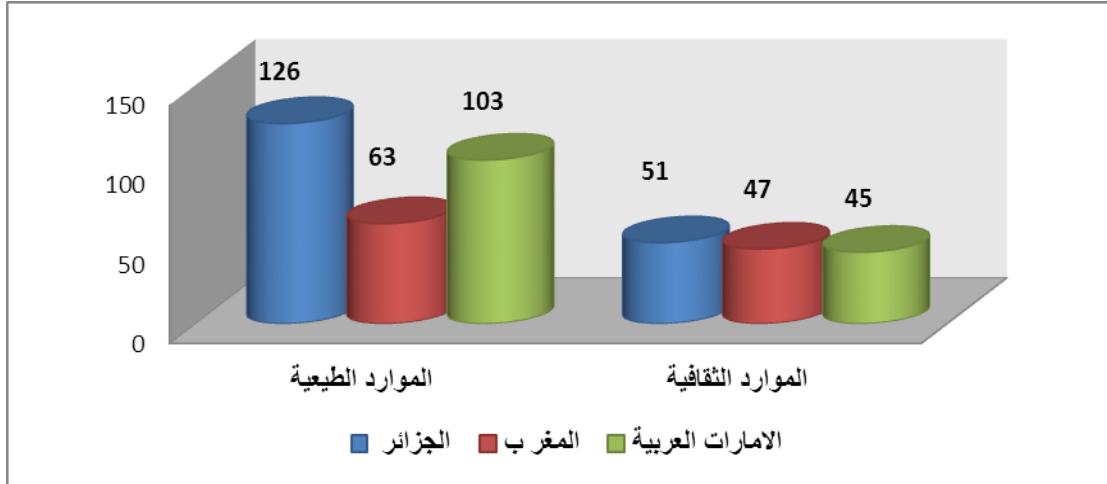
في حين الجزائر فقد احتلت المرتبة الثالثة والأخيرة في دول المقارنة بالمركز 115 عالميا في مؤشر البنية التحتية وإن كانت فقد حققت تقدما ملحوظا في البنية التحتية للنقل الجوي، والبري والبحري (من المرتبة 100 إلى 99، ومن المرتبة 105 إلى 90)، كما تتفوق المغرب على الجزائر في مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية (المرتبة 78) أما الجزائر (المرتبة 136) ويظهر هذا التفوق في عدد غرف الفنادق ومدى إمكانية الوصول إلى الخدمات مثل تأجير السيارات وأجهزة الصراف الآلي التي يتمتع بها المغرب عن الجزائر.

1-4- تقييم مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية:

تعتبر الموارد الطبيعية والثقافية من أهم عوامل الجذب السياحي، وتقرير التنافسية دافوس لسنتي 2017 و2019 يبين أن المغرب قد احتل المرتبة الأولى عربيا لكن سجل تراجع في مرتبة المؤشر مقارنة بسنة 2017 (من المرتبة 41 إلى 54) ثم الإمارات (من المرتبة 69 إلى 73)، لكن الجزائر بالرغم من أنها في المرتبة الثالثة إلا أنها سجلت تطورا في هذا المؤشر (من المرتبة 126 إلى المرتبة 90)، ويتكون مؤشر الموارد الطبيعية من مؤشرين فرعيين، ترتيب دول المقارنة فيهما أخذ الشكل التالي:

¹ - المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، مرجع سابق.

الشكل رقم (49): ترتيب دول المقارنة في مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية عام 2019



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 69.

الجدول رقم (69) يوضح بأن الجزائر سجلت (ارتفاعا في مؤشر الموارد الطبيعية في تقرير التنافسية 2019 مقارنة بتقرير 2017 ويعود هذا الارتفاع إلى تحسن في مؤشر الموارد الثقافية من المرتبة 53 إلى 51 وهذا راجع إلى ارتفاع الملاعب الرياضية وعدد أشكال التعبير الشفهي الثقافي اللامادي وأيضا عدد المواقع التراثية، لكن تبقى الجزائر تسجل معدلا ضعيفا على العموم في هذا المؤشر بالنسبة لدول المقارنة مثل ما يوضحه الشكل رقم 49، في حين يعمل المغرب على تطوير المناطق المحمية، ويركز كثيرا على جاذبية الطبيعية مما أدى إلى زيادة الطلب الرقمي عليها، ومن جهة أخرى فالمغرب يهتم بالسياحة الثقافية والترفيهية من خلال المهرجانات التي ينظمها بالإضافة إلى عدد الاجتماعات التي يحضرها في الجمعيات الدولية والتي مكنته من تسجيل مرتبة متقدمة عن الجزائر في الموارد الثقافية التي احتلت فيها (المرتبة 47) والجزائر (المرتبة 51)، أما الإمارات فبالرغم من المزايا التنافسية الواضحة التي تتمتع بها إلا أنها تراجعت أربع مراتب عام 2019 إذ تحتل الدولة مرتبة منخفضة في الموارد الطبيعية (المرتبة 103) بسبب عدم وجود مواقع طبيعية للتراث العالمي، ونقص نسبي في الحياة البرية (المرتبة 118) مما سبب نقص في جاذبية الأصول الطبيعية، لكن سدت الإمارات هذه الفجوة بالسياحة الترفيهية والثقافية فهي لا تزال تبني وتطور وتبدع في استحداث المعالم الترفيهية والسياحية لاستقطاب السياح وتوفير نمط حياة ممتاز لسكانها، مما جعلها تحرز تقدما في الموارد الثقافية بخمسة مراتب (من المرتبة 50 إلى 45).

المطلب الرابع: المقارنة على أساس تقييم الرؤى واستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المقارنة (قبل وأثناء الجائحة)

تسعى كل من الجزائر والمغرب والإمارات العربية المتحدة من خلال تبنيها للمخططات والرؤى والإستراتيجيات التنموية السياحية المستدامة إلى:

- جذب أكبر عدد ممكن للسياح؛
- زيادة الحظيرة الفندقية وطاقت الإيواء؛
- زيادة مناصب العمل؛
- زيادة الإيرادات السياحية؛
- تحقيق الرؤية البيئية والاستجابة للتحديات البيئية أهمها مؤشر جودة المياه ومعالجة النفايات وتقليل أخطار تلوث الهواء؛
- تحديث التشريعات والقوانين المتعلقة بالبيئة وفقا لأفضل الممارسات.

سوف نقف على تقييم للمنجزات المحققة لهذه للرؤى والمخططات إلى غاية 2019، ثم نتطرق للأداء السياحي لهذه الدول في ظل جائحة الكورونا.

أولا-تقييم منجزات مخطط التهيئة السياحية 2030 للجزائر:

يعمل مخطط التهيئة السياحية أفاق 2030 على جملة من الأهداف الكمية، تقييم إنجازاته نوضحها في الجدول رقم (70):

الجدول رقم (70): تقييم حصيلة الرؤية الإستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للجزائر

2019			2015			الأهداف الكمية
نسبة الانجاز	المحققة	المتوقعة	نسبة الانجاز	المحققة	المتوقعة	
62.4%	2.37 مليون	3.8 مليون	68%	1.7 مليون	2.5 مليون	عدد السياح الوافدين
64.4%	125 ألف	194 ألف	64%	102 ألف	159 ألف	عدد الأسرة
55.5%	3.25	4.5%	50%	1,3%	3%	نسبة المساهمة في GDP
5.2%	140 مليون\$	2.7 مليار\$	17%	340 مليون\$	1.5-2 مليار\$	الإيرادات السياحية
68.8%	309,5 ألف	450 ألف	101.8%	305.5 ألف	300 ألف	مناصب الشغل المباشرة
4.43%	107 مشروع	2455 مشروع	4.57%	58 مشروع	1270 مشروع	الاستثمارات السياحية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- "SDAT 2025", livre2, Opcit, p18.

-Ministère du tourisme, "Principaux Agrégats du Tourisme", Op.cit.

الجدول رقم (70) يبين أن الأرقام المحققة تبدو بعيدة عن المستهدفة إلا في مناصب الشغل على المدى المتوسط والتي كانت فيها نسبة الانجاز تفوق 100%، أما عن الأهداف الكمية المتوقعة لسنة 2019 المدرجة في الجدول (باستثناء المشاريع الاستثمارية) قد تم استنباطها من الأهداف المتوسطة المدى لعام 2015 بقسمتها على 2 وإضافتها إلى توقعات سنة الأساس 2007.

نعلم أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء بأهداف تتمحور أساسا في تشجيع الاستثمارات لتعزيز طاقات الإيواء كما ونوعا وتطوير جودة العرض السياحي الوطني لجذب أكبر عدد ممكن من السياح الدوليين، إلا أن الحصيلة كالتالي:

- لم ننجح في استقطاب 2.5 مليون سائح سنة 2015 ولا حتى 3.7 مليون سائح سنة 2019، فالمخطط التوجيهي لم يعطي وزعا جديدا للسياحة الجزائرية في تجسيد «مخطط الجزائر الوجهة» حيث لم تتوسع قاعدة الطلب السياحي في استهداف الأسواق الواعدة والبعيدة وذات مستقبل كالأسواق الآسيوية والروسية والأمريكية ولا حتى الأسواق الخليجية كما كان مخطط لها، ويرجع السبب الأساسي في ذلك لغياب إستراتيجية تسويق فعالة تتقن فنيات التنقيب عن أسواق جديدة وتحديث تغيرات في سلوك السائح لصالح المنتج السياحي الجزائري، وهذه نقطة الضعف الرئيسة وراء تدهور السياحة بالجزائر؛

- ظلت الإيرادات السياحية في تدهور حتى سجلت سنة 2019 نسبة 5.2% من الأهداف المتوقعة، وبالتالي مساهمة السياحة في إجمالي الناتج المحلي ظلت سلبية طيلة الفترة؛

- لعل أبرز مؤشر على الإخفاق هو عدم القدرة على إنشاء 75000 سرير ليس سنة 2015 بل حتى في فترة تجاوزت 12 سنة منذ إعلان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حيث لم ننجز إلى سنة 2019 إلا 41000 سرير من عدد الأسرة المزمع انجازها سنة 2015؛

- يرجع انخفاض عدد الأسرة بالأساس إلى وضعية مشاريع الاستثمار السياحي التي منها ما هو متوقف وأخرى في طور الانجاز وأخرى لم تنطلق بعد، وهذا بالرغم من سعي الحكومة إلى الرفع من طاقات الإيواء لسد الفجوة بين العرض والطلب السياحي، إلا أن حجم المشاريع الاستثمارية المنجزة كان ضئيلا جدا في حدود 4.4% عام 2019، وإذا افترضنا أن المشاريع طور الانجاز قد انتهت بها الأشغال تماما سنة 2019 والمقدرة بـ 889 مشروع من مجموع 2455 مشروع فإن نسبة الانجاز ستصل إلى 40.6% ونكون بذلك قد أضفنا 126000 سرير للحظيرة الفندقية (ارجع إلى حجم المشاريع طور الانجاز الموضحة في الفصل الرابع)، وبعملية بسيطة نضيف عدد الأسرة لسنة 2019 مع حجم المشاريع طور الانجاز فسيصبح لدينا أكثر من 250000 سرير نهاية 2019 وهو رقم قريب جدا من عدد الأسرة التي تزخر بها الحظيرة الفندقية في المغرب لنفس السنة؛

- إلى غاية 2020:¹

* استفادت 196 منطقة من بين 225 منطقة للتوسع السياحي من عمليات إعداد المخططات من بينها 39 مخططا في طور المصادقة عليه على مستوى الولايات و64 مخططا آخر قيد الإعداد و93 تمت الموافقة عليها؛

¹- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, , Op.cit.

* 27 منطقة جديدة للتوسع السياحي، ملفاتها موضوعة على طاولة الأمانة العامة للحكومة من أجل المصادقة عليها؛

* منح حق الامتياز للمستثمرين من أجل انجاز مشاريعهم السياحية في 58 منطقة للتوسع السياحي في 24 ولاية، في حين لا تزال 167 منطقة توسع لم تنطلق بها الاستثمارات السياحية لحد الآن؛
* تم انخراط 451 مؤسسة سياحية في مخطط جودة السياحة منها 226 فندقا والباقي يتوزع بين المطاعم والوكالات السياحية والمحطات الحومية، وهو رقم متواضع جدا يدل على عدم الالتزام بمعايير جودة العرض السياحي والترويج له من طرف الكثير من المؤسسات السياحية.

ثانيا - تقييم منجزات الرؤى الإستراتيجية للتنمية السياحية للمغرب:

اتجه المغرب إلى وضع جملة من الأهداف الكمية في الرؤى الإستراتيجية للقطاع السياحي والذي رفع من سقف توقعاته مقارنة بالجزائر، كما يطمح المغرب إلى الحفاظ على البيئة ومواردها وإدخال التقييم البيئي الإستراتيجي لدى السياسات والبرامج على جميع المستويات وإنعاش السياحة الإيكولوجية وإنجاح الانتقال نحو الاقتصاد الأخضر. وقد كانت النتائج المحققة كما يلي :

الجدول رقم (71): تقييم حصيلة الرؤى الإستراتيجية للتنمية السياحية للمغرب

رؤية 2020		رؤية 2010			الأهداف الكمية	
نسبة الانجاز	المحققة إلى غاية 2019	المتوقعة	نسبة الانجاز	المحققة		المتوقعة
64.5%	12.9 مليون	20 مليون	93%	9.3 مليون	10 مليون	عدد السياح الوافدين
71.9%	268.8 ألف	374 ألف	75.6%	174 ألف	230 ألف	عدد الأسرة
37.8%	8.31%	22%	44.5%	8.9%	20%	المساهمة المباشرة في GDP
61%8	78.6 مليار د	140 مليار د	70.5%	56.4 مليار د	80 مليار د	الإيرادات السياحية (مليار درهم)
91.2%	835 ألف	915 ألف	75%	450 ألف	600 ألف	المناصب العمل المباشرة
70%	25.2 مليون	36 مليون	94%	18.5 مليون	20 مليون	عدد لياالي المبيت

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات:

- المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصادي والاجتماعي، إستراتيجية السياحة بالمغرب، 2020.

- هادية يحيوي ، مرجع سابق، ص214.

- صبيحي شهبانز، مرجع سابق، ص74-75.

ترصد بيانات الجدول رقم (71) أن السياحة هي النواة الأساسية لقطاع الخدمات بالمملكة المغربية، حيث تساهم في إعطاء دفعة قوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها مصدرا مهما لجلب العملة الصعبة وخلق فرص عمل حيث تساهم في 5% من إجمالي العمالة في الاقتصاد المغربي، فمن حيث الأهداف الكمية أبرز تنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية «رؤية 2010» نتائج جيدة بالنظر إلى المؤشرات المتوقعة التي وضعها القطاع الحكومي الوصي، فقد حقق الهدف الأول بنسبة 93% في استقبال 9.3 مليون سائح عبر الحدود، والعجز المسجل بنسبة 7% راجع إلى تأثير مجموعة من الأزمات منها مرض

أنفلونزا الطيور والخنازير والأزمة المالية العالمية والتي كانت تبعاتها على السياحة في العالم كبيرة حيث بدأ القطاع السياحي في التعافي سنة 2010، أما فيما يخص طاقات الإيواء فقد شهدت تطورا كبيرا نتيجة حجم الاستثمارات التي رصدت للقطاع والتي قدرت بـ3 مليار دولار للفترة 2001-2010 إلا أنها سجلت عجزا بنسبة 24.4% لكن يبقى عدد الأسرة مقبول مقارنة بالجزائر كما انه يتماشى مع عدد ليالي المبيت التي حققت 94% من الأهداف المتوقعة، كما نجحت رؤية 2010 في توفير مناصب شغل مباشرة بنسبة 75%، وتحقيق 70.5% من الأهداف المتوقعة للإيرادات السياحية.

أما بالنسبة «لرؤية 2020» فإن النتائج المحصل عليها سنة 2020 تظل غير كافية وهذا جراء تداعيات جائحة الكورونا كوفيد 19، حيث قدر العجز الذي عرفه الناتج الداخلي الإجمالي للسياحة بحوالي 72.1 مليار درهم وهو عجز يعزى إلى تراجع عائدات السفر بحوالي 64.3 مليار درهم نتيجة انخفاض عدد السياح بنسبة 79% عن سنة 2019 حيث بلغ عدد السياح الوافدين للمغرب سنة 2020 بحوالي 2.77 مليون سائح¹، أين أرجع السياحة إلى 20 سنة للوراء، الأمر الذي حال دون خلق 335 ألف منصب شغل، لذلك تعتبر سنة 2020 سنة استثنائية ليس على السياحة في المغرب وإنما على القطاع السياحي في العالم ككل، لهذا اعتمدنا على النتائج الكمية المحققة سنة 2019 وتقييمها، والتي كانت في مجملها ايجابية إلا أنها لم تنجح في استقطاب على الأقل 17 مليون سائح سنة 2019 حيث سجل عجز بنسبة 35.5%، كما لم يوفر المغرب سنة 2019 سوى 94800 سرير منذ 2011 في حين كان الهدف انجاز 200 ألف سرير جديد أفاق 2020، ويرجع السبب في ذلك إلى التأخر الملحوظ في تسليم بعض المشاريع الهامة في المخطط الأزرق، وتوقف البعض الآخر منها: المحطة السياحية ماقدر ومحطة لكسوس بسبب مشاكل تمويلية، ومن جهة أخرى عدم التزام المستثمرين الخواص بدفاتر التحملات ذات الصلة بمحطات المخطط الأزرق حيث قدم المجلس الأعلى للحسابات في المغرب في تقريره الذي صدر عام 2017 أن ثلاثة أرباع من المستثمرين الخواص يفكرون في إيقاف أشغالهم أو التحرر من التزاماتهم²، ذلك أن هدف تعبئة 150 مليار درهم من الاستثمارات في رؤية 2020 قصد توزيعها على مختلف الجهات لم يتحقق بعد³.

على العموم تشير حصيلة نتائج «رؤية 2010» و «رؤية 2020» على أهمية السياحة كرافعة للتنمية بالمغرب حيث لا يزال القطاع السياحي قطاعا استراتيجيا، رغم تعثره في بلوغ 20 مليون سائح سنة 2020 إلا أن الأهداف الكمية المنجزة إلى غاية 2019 تعد مقبولة، أما الأهداف النوعية سجلت نوعا من القصور، حيث يكشف التقرير الاقتصادي والمالي المصاحب لقانون المالية (2020) المغربي

¹ المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، مؤشرات القطاع السياحي، 2020.

² المملكة المغربية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، "السياحة رافعة للتنمية المستدامة والإدماج من أجل إستراتيجية وطنية جديدة للسياحة"، 2020، ص9.

³ المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مصدر سابق، ص7.

عن وجود تفاوت ملحوظ مقارنة مع الطموحات الأولية لرؤية 2020 والمتعلقة بالأهداف النوعية على ثلاث محاور:

• تستأثر مدينتي مراكش والدار البيضاء على 32% و 23% من حجم الاستثمارات السياحية مما يؤدي إلى تفاوت في مجال التنمية السياحية في المدن والجهات وتوزيع الوافدين والمبيت، وبالفعل تشير إحصاءات وزارة السياحة المغربية سنة 2020 أن تركيز قوى النشاط السياحي من حيث مؤسسات الإيواء السياحي تتركز في مدينتي مراكش وأكادير والدار البيضاء بنسبة 27%، 14%، 8% على التوالي، وبهذا رؤية 2020 لم تتجح في تطوير مناطق سياحية جديدة؛

• الفشل في تنويع الطلب السياحي حيث أن 52% من السياح الأجانب الوافدين يأتون من دولتين أوروبيتين: فرنسا وإسبانيا. وبالتالي، فإن هذا التركيز يفاقم من هشاشة عائدات السياحة ومن دخل العمالة في القطاع في حال تقلبات الظروف الاقتصادية لهذين البلدين؛

• أما المحور الثالث يرتبط بالطابع الموسمي لليالي السياحية وهو ما يؤدي إلى عدم استقرار سوق العمل والدخل على المستوى المحلي، والذي يؤثر سلبا على مردودية الاستثمارات السياحية¹.

ثالثا-تقييم منجزات الرؤية الإستراتيجية للإمارات العربية 2021:

تهدف «رؤية الإمارات 2021» لأن تكون دولة الإمارات ضمن أفضل الدول في التنمية المستدامة، ولترجمة هذه الرؤية إلى واقع ملموس، تم تقسيم عناصر رؤية الإمارات 2021 إلى 6 محاور تستهدف القطاعات الرئيسية على كافة المستويات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وسيتم التركيز على:

- نظام صحي بمعايير دولية؛
- نظام تعليمي رفيع المستوى؛
- اقتصاد تنافسي معرفي مبني على الابتكار؛
- مجتمع أمن وقضاء عادل؛
- بيئة مستدامة وبنية تحتية متكاملة.

أما من الجانب السياحي فتطمح «رؤية الإمارات 2021» إلى تمكين الدولة من تحقيق التحول الاقتصادي على نطاق عالمي، لتصبح رأس المال السياحي والتجاري لأكثر من 2 مليار شخص، وأن تصبح أفضل دولة في العالم في ريادة الأعمال ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاع الخاص، وأن تكون الوجهة الأولى للسياح من جميع أنحاء العالم، وقد حققت الدولة معظم أهداف رؤيتها في صناعة السياحة، نوضحها في الجدول التالي:

¹- Ministère du tourisme, de L'artisanat, du transport Aérien et de L'économie Sociale, Opcit.

الجدول رقم (72): تقييم نتائج حصيلة رؤية الإمارات 2021

الأهداف الكمية	المتوقعة	المحققة عام 2019	نسبة الانجاز
رؤية دبي 2020	20 مليون سائح	16.7 مليون سائح	83.5%
رؤية الشارقة 2021	10 مليون سائح	7 مليون سائح	70%
رؤية أبو ظبي 2020 لتصبح 2030	7 مليون سائح	5.13 مليون سائح	73.3%
رؤية عجمان 2021	دعم القدرات التنافسية للإمارة، وتطويرها في مجالات التنمية السياحية المستدامة والترويج السياحي		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات:

- حكومة دبي، دائرة السياحة والتسويق التجاري، مركز دبي للإحصاء 2021.

- حكومة الشارقة، هيئة الإنماء التجاري والسياحي في الشارقة 2020.

- حكومة عجمان، إحصاءات دائرة التنمية السياحية بعجمان، 2020، النشرة الإحصائية 2019، ص 4-10.

- غرفة أبوظبي، قطاع السياحة في الإمارات، تنوع الموارد والأنشطة، السياحة في أبوظبي أرقام وإنجازات، نوفمبر 2020، ص 7.

أرقام الجدول رقم (72) تؤكد أن الدولة استطاعت تحقيق جزء كبير من أهداف «رؤية الإمارات 2021» السياحية كونها تستقبل أعدادا هائلة من السياح التي تشهد ارتفاعا سنويا حتى وصلت إلى أكثر من 21,6 مليون سائح زار الإمارات عام 2019، فقد نجحت «رؤية دبي 2020» في تحقيق الأهداف المتوقعة بنسبه 83.5%، أما «رؤية الشارقة 2021» حققت 70% من أهدافها في حين حققت «رؤية أبو ظبي 2030» نسبة انجاز 73%، وهي مؤشرات جيدة حيث كانت النتائج المحققة قريبة إلى حد كبير مع المخطط لها، ولولا جائحة الكورونا كوفيد19 لتمكنت كل إمارة من تحقيق الأرقام المستهدفة في بلوغ عدد السياح، هذا وينتظر أن تشكل سنة 2021 محطة حاسمة لبلوغ أهداف كل الرؤى بالتزامن مع حدثين مهمين: الأول يتعلق باحتفالات الإمارات باليوبيل الذهبي لتأسيسها، أما الثاني يتعلق بالحدث العالمي «معرض إكسبو 2020» الذي سيفتح في أكتوبر 2021.

وقد شهدت سنة 2019 تحقيق إنجازات نوعية وكمية مهمة، موضحة في الجدول رقم (73):

الجدول رقم (73): المؤشرات الكمية للرؤى الاستراتيجية للتنمية السياحية في الإمارات سنة 2019

الأهداف الكمية المحققة سنة 2019					
عدد السياح	عدد الغرف الفندقية	الإشغال الفندقي	الإيرادات السياحية	المساهمة في GDP	
16.8 مليون	126100 غرفة	82%	27.9 مليار دولار	11.7%	رؤية دبي 2020
7 مليون	10883 غرفة	67%	9 مليار درهم	9.8%	رؤية الشارقة 2021
5.13 مليون	32818 غرفة	80%	5.8 مليار درهم	9.6%	رؤية أبوظبي 2030
560 ألف	3816 غرفة	63%	442 مليون درهم	9.1%	رؤية عجمان 2021

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- حكومة دبي، دائرة السياحة والتسويق التجاري، مركز دبي للإحصاء 2021.

- حكومة الشارقة، "رؤية الشارقة السياحية 2021"، هيئة الإنماء التجاري والسياحي في الشارقة.

- حكومة عجمان، "النشرة الإحصائية 2019"، إحصاءات دائرة التنمية السياحية بعجمان 2020، ص 4-10.

- غرفة أبوظبي، "السياحة في أبوظبي أرقام وإنجازات"، قطاع السياحة في الإمارات، تنوع الموارد والأنشطة نوفمبر 2020، ص 7.

تؤكد أرقام الجدول رقم (73) استمرار الإمارات في تحقيق مكاسب جديدة وتوسيع حصتها السوقية بقطاع السياحة والسفر العالمي، حيث تولي دولة الإمارات العربية اهتماما كبيرا للقطاع السياحي في كل إمارة بنفس القدر الذي توليه لإمارة دبي، وينعكس ذلك على المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في إجمالي الناتج المحلي لكل إمارة الذي كان بين 11.7% و 9.1% وهي معدلات تساوي وأحيانا تفوق المعدل العالمي، حيث تزخر أجندة كل إمارة من الإمارات بأرقى أنواع المرافق الخدمية والترفيهية العالمية المستوى والمبادرات والفعاليات المتنوعة التي تدعم وتعزز جذب السياح إليها، حيث نجحت دبي في استقطاب 16.8 مليون سائح وهو رقم قياسي، والشارقة 7 مليون، وأبوظبي 5.13 مليون، وإمارة عجمان بـ 560 ألف سائح، وما يلفت الانتباه هو الحملات الترويجية لاستهداف كبرى الأسواق السياحية عالميا، حيث تجد تنوع كبير في جنسية السياح فمثلا تنصدر روسيا قائمة نزلاء الفنادق في إمارة الشارقة، في حين الهند تنصدر قائمة سياح إمارة دبي، أما السياح العرب فيشكلون إضافة كبيرة للسياحة في أبوظبي، وتساهم السياحة في تحقيق إيرادات هامة في اقتصاد كل إمارة تعزز بها مصادر الدخل وتوفر فرص العمل لديها، حيث حققت الشارقة 9 مليار درهم، وأبوظبي 5.8 مليار درهم، وإمارة عجمان 442 مليون درهم، وتبقى إمارة دبي تحقق التميز في تحقيق 27.9 مليار دولار وبهذا استحققت إمارة دبي أن تكون البوابة الرسمية لدولة الإمارات العربية المتحدة حيث تستحوذ لوحدها على 69% من الطاقة الفندقية للدولة، والتي بلغت 126100 غرفة من مجموع 183193 سنة 2019، مما جعلها اليوم وجهة سياحية مهمة في خارطة السياحة العالمية وأصبحت مركزا لجذب الزوار من رجال الأعمال والسياح ومحبي التسوق من كل أنحاء العالم.

رابعا- تقييم الأداء السياحي لدول المقارنة في ظل جائحة الكورونا وإستراتيجية التعافي:

في ظل جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19)، والتي بدأت بالانتشار في العالم بشكل كبير منذ مارس 2020، كان القطاع السياحي من بين أكثر القطاعات تضررا بتداعيات الأزمة الصحية وإجراءات القيود التي وضعتها الدول لاحتواء الوباء، فقطاع السياحة لن يتمكن من بدء التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ الطبية ورفع قرارات حظر السفر بصورة آمنة، وتميزت الأداء السياحي لدول المقارنة في ظل الجائحة وفقا لخطط الإنعاش كما يلي:

• **الإمارات العربية:** ارتكزت خطة احتواء جائحة فيروس كورونا في الإمارات العربية على السكان المحليين والمقيمين فيها، ومع بداية انتهاء الإغلاق في أكتوبر 2020 عادت السياحة الخارجية تدريجيا إلى أن شهدت ازدهارا في نوفمبر، وفي ديسمبر 2020 أطلقت حكومة الإمارات إستراتيجية السياحة الداخلية لدولة الإمارات بهدف تطوير منظومة سياحية متكاملة على مستوى الدولة، وتنظيم السياحة المحلية بين إمارات السبع للدولة، بالتعاون مع مختلف الهيئات والمؤسسات المحلية والاتحادية المعنية بقطاع السياحة والتراث والثقافة والترفيه المجتمعي، وتعزيز دور قطاع السياحة الداخلية في دعم الاقتصاد الوطني، وقد شكلت هذه الإستراتيجية داعما قويا لنشاط السياحة الداخلية خلال موسم العيد مع رواج العروض الفندقية والتخفيضات الكبيرة لجذب مزيد من السياح لتعويض انخفاض السياح الدوليين، وتعتبر

إمارة دبي أولى الإمارات التي عادت للنشاط السياحي وشرعت في فتح أبوابها من جديد لاستضافة أهم المؤتمرات والمعارض والفعاليات على مستوى المنطقة، الأمر الذي ساهم بشكل كبير في رفع نسبة الإشغال الفندقي وقطاع الضيافة من خلال الاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضي في الترويج للعديد من الوجهات السياحية والترفيهية داخل الدولة، وهذا وفقا للتعليمات التي كانت تقدمها إدارة المنشآت السياحية التابعة لإدارة دبي السياحة، مثل خفض القدرة الاستيعابية للمطاعم والفنادق وإجراءات التباعد الاجتماعي، وإخضاع الفنادق للمراقبة والإجراءات الاحترازية والتي لاقت تفهما كبيرا من النزلاء وحظيت باحترامهم، هذا وقد حصلت دبي على ختم السفر الآمن من المجلس العالمي للسفر والسياحة، لالتزامها ببروتوكولات السلامة والصحة العامة، واعتمادها أعلى معايير النظافة والتعقيم، وكفاءة تعاملها وإدارتها للجائحة، ما سيجعلها الخيار السياحي المفضل للشباب العربي أو العائلات التي حصلت على التطعيمات ضد الفيروس وبجاجة إلى قضاء العطلات بعد عام من حظر السفر، واستقبلت مدينة دبي خلال العام 2020 نحو 5.51 مليون زائر دولي حيث تصدرت الهند قائمة أكبر الأسواق المصدرة لسياح دبي خلال 2020 بنحو 865 ألف زائر دولي، ثم السعودية بـ 400 ألف زائر دولي، ثم المملكة المتحدة بـ 392 ألف¹.

وبهذا تقود الإمارات العربية قاطرة السياحة للمنطقة العربية نحو التعافي من تداعيات جائحة كورونا، وتقدم نموذجا ناجحا يمكن تطبيقه بشتى بلدان المنطقة، لتبرز كأفضل الوجهات السياحية أمام العائلات العربية لقضاء العطلات السنوية، وذلك بالتزامن مع انطلاق سوق السفر العربي في ماي 2021 بدبي وأيضا معرض إكسبو الدولي 2020 دبي الذي سيفتح في أكتوبر 2021 والذي اختارت له الإمارات شعار «تواصل العقول .. وصنع المستقبل» ويتوقع منه أن يستضيف 25 مليون زائر بالرغم من قيود السفر المفروضة.

• **المغرب:** المغرب الذي يعتبر قطاع السياحة من ركائز الاقتصاد الوطني لم يكن بمنأى عن تأثيرات الجائحة التي ضربت العالم، إذ تسببت جائحة فيروس الكورونا المستجد في تراجع عدد كبير في السياح الوافدين إلى المغرب بنسبة 78.33% حيث لم يتجاوز عدد السياح 2.77 مليون سائح سنة 2020 مقارنة بـ 12.9 مليون سائح زار المغرب سنة 2019²، نتيجة تراجع عدد السياح الأجانب بنسبة 92% والمغاربة المقيمين بالخارج بنسبة 59 %، في وقت كان يترقب فيه المغرب استقبال رقم قياسي من السياح، ويرجع السبب في هذا إلى إجراءات تعليق جميع الرحلات الدولية والبحرية من وإلى التراب المغربي اعتبارا من 15 مارس، وإعلان حالة الطوارئ الصحية في المملكة، مما أدى إلى توقف شبه كامل للنشاط السياحي، لكن مكنت إجراءات رفع الحجر الصحي في منتصف جوان 2020، واستئناف التنقل بين المناطق التي تم تخفيف الحجر بها، واستئناف النقل العمومي بين المدن، وفتح الحدود في وجه الأجانب وفق شروط محددة، واستئناف الرحلات الجوية، من الحد من الأضرار التي سجلت على

¹ - حكومة دبي، تقرير دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، 2021.

² - المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، مؤشرات القطاع السياحي، 2020.

مستوى القطاع، وفي ظل هذه الظروف، وللحفاظ على صحة السياح واستقبالهم بشكل أفضل، تم وضع بروتوكول صحي ويتعلق الأمر بتدابير وقائية للحد من نقشي الفيروس، لاسيما الحد من الطاقة الاستيعابية، واحترام التباعد الاجتماعي، وارتداء الكمامات، والتعقيم المستمر للمنشآت الفندقية وأمتعة الزوار، ومع ذلك كان تأثير هذه الأزمة على القطاع السياحي كبيرا، إذ تراجعت مداخيل السياحة بنسبة 53.8 % سنة 2020، بخسارة قدرها 4 مليار دولار.

ومن أجل إعطاء دفعة لقطاع السياحة، بذل المغرب جهودا كبيرة ترجمت بالتوقيع على عقد برنامج لدعم وإقلاع القطاع السياحي بين الفاعلين العموميين والخواص خلال الفترة 2020-2022، ويرتكز هذا المخطط على ثلاثة محاور رئيسية تتعلق بـ:

▪ الحفاظ على النسيج الاقتصادي؛

▪ الحفاظ على مناصب الشغل وتحفيز الطلب؛

▪ التحول الهيكلي للقطاع السياحي.

كما أطلق المغرب خلال الفترة الصيفية 2020، حملات خاصة بتسويق الوجهات السياحية المحلية وتشجيع السياحة الداخلية على المواقع الالكترونية، من أجل الحفاظ على الوظائف وإنعاش القطاع الذي تضرر بفعل تداعيات الجائحة، أما الإستراتيجية المتعلقة بعام 2021 تتمثل في مواكبة تسهيل شروط الدخول إلى البلاد، وتعزيز الربط الجوي، ودعم الشراكات مع المنعشين السياحيين، مع إطلاق حملة ترويجية، بهدف تسريع وتيرة إعادة إطلاق أنشطة القطاع السياحي، وفقا لتطور الوضع الصحي، حيث تتمثل الإستراتيجية الجديدة للتسويق في إطلاق علامة سياحية جديدة، ويتعلق الأمر بعلامة «تلاقا في المغرب»، الخاصة بالترويج للسياحة الداخلية، وهي آلية جديدة تسمح بتسويق المنتج السياحي المغربي قصد إعطائه المكانة التي يستحقها على المستوى الوطني وتعزيز الشعور بالانتماء لدى كل المغاربة داخل المملكة وخارجها، لتحفيزهم على اكتشاف بلدهم بطرق مغايرة عن السابق، وخلال هذه الحملة التسويقية أيضا تم الترويج لوجهة المغرب عبر الانفتاح على شبكات التواصل، إضافة إلى إنتاج وتوزيع محتويات تعرف بالوجهة المغربية السياحية لإحدى كبريات وكالات التواصل العالمية للانفتاح على كل الأسواق العالمية، بما في ذلك السوق الآسيوية والأميركية.

• **الجزائر:** يبدو أن جائحة كورونا قد قضت على كل محاولات النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، وأعدت الأمور إلى نقطة البداية، فإجراءات غلق الحدود وتعليق كل الرحلات الجوية والبحرية وإغلاق المطارات اعتبارا من 20 مارس 2020 أثرت بشكل كبير على قطاع السياحة والسفر، فحال أكثر من 4000 وكالة سياحية بات صعبا ومعقدا، ليس بسبب تعليق قرابة 2000 وكالة لنشاطها وقيام أخرى بتغييره وتسريح عمالها، وإنما بسبب المستقبل المبهم للمهنة التي من المفروض أن تكون لها مكانة مهمة في حركية القطاع السياحي، كما تسببت الجائحة بعرقلة التنمية المحلية في بعض ولايات الوطن على غرار غرداية وتمنراست التي تعتبر الحرف والصناعات التقليدية رئة الاقتصاد المحلي المنفتح للغاية على بيئته الخارجية في هذه المناطق، كما تضرر قطاع الفنادق بشكل كبير جراء أزمة الكورونا نتيجة تراجع

نشاطه، وعدم تلقي بعض المؤسسات الفندقية لمستحقاتها الناجمة عن التكفل بإيواء المواطنين الذين تم إجلاؤهم من الخارج، وصعوبات في تسديد الديون المستحقة لدى البنوك من جهة، والتكفل بأعباء الأجور، الضرائب، الاشتراكات وغيرها من جهة أخرى، وفي إطار إيجاد حلولاً لتخفيف حدة الأضرار تم الترخيص للمؤسسات الفندقية باستئناف النشاط مع احترام الشروط الصحية، كما قدمت لجنة الثقافة والاتصال والسياحة بالمجلس الشعبي الوطني في فيفري 2021 اقتراحات تقضي بـ:

- دفع مستحقات الفنادق التي ضمنت إيواء المواطنين المعنيين بالإجلاء؛
- إنشاء صندوق تضامن خاص بالمؤسسات الفندقية ممول من طرف الدولة؛
- منح قروض بدون فوائد قصيرة المدى، إعادة جدولة ديون المؤسسات الفندقية؛
- تكفل الدولة بأجور واشتراكات العمال خلال فترة الحجر الصحي؛
- تأجيل دفع الأعباء الضريبية إلى غاية الاستئناف التام للنشاط؛
- إعطاء الأولوية للفنادق في استغلال الشواطئ الواقعة في نطاقها، وتطهير محيطها من البناءات الفوضوية والمواقف العشوائية؛
- إعادة النظر في المرسومين التنفيذيين 158/19 و 207/05، وتحريم منح رخص استغلال مؤسسات الترفيه والتسلية.

وفي ضوء عدم صدور أي إحصاءات أو بيانات جديدة توضح عدد السياح الوافدين سنة 2020 إلى الجزائر ولا حتى نسبة مساهمة قطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي (مما يؤكد أن الخسارة كانت كبيرة جدا)، نجد عدم اهتمام وزارة السياحة ولا حتى الديوان الوطني للسياحة بتقديم أي خطط على المستوى المحلي تقضي بتخفيف تداعيات الجائحة في محاولة لإنعاش القطاع السياحي كتشجيع الترويج للسياحة الداخلية وإلزامية الفنادق بضرورة تخفيض أسعارها لجذب أكبر عدد من السياح المحليين خاصة بعد عودة نشاطها تدريجيا، وبالمقابل لا نجد سوى الاقتراحات التي تقضي بتعويض المتضررين كقطاع الفنادق ووكالات السياحة والسفر.

لكن نؤكد أن بوادر التعافي ستكون في الطلب المحلي الذي سوف يتعافى بشكل أسرع من الدولي، فالوضع الوبائي الذي فرضه فيروس كورونا المستجد فرصة أمام قطاع السياحة في الجزائر للتصالح مع السائح الداخلي، وحتى بعد رفع الحجر الصحي وعودة الحياة بشكل تدريجي إلى طبيعتها، فالكثير من الجزائريين يفضلون الوجهة الإسبانية بعدد يقارب مليون سائح، والوجهة التونسية بعدد يقارب ثلاثة مليون سائح سنويا، والأمر في غالبية لا يتعلق بوجاهة اجتماعية، بل فقط لأن الأسعار هناك أقل من عنابة (أقصى الشرق) والجزائر العاصمة (وسط) ووهران وتلمسان (أقصى الغرب)، فبعضها يبقى معقول وفي متناول بعض السياح الجزائريين، فيما البعض الآخر يحتاج إلى مراجعة كفيلة في الأسعار لتحفيز السائح، فالجزائر سنة 2019 استقبلت 2.7 مليون سائح بينما غادر 5 مليون سائح جزائري إلى الخارج، إذا بقي في الجزائر جميع السائحين الخارجيين فسيكون لدى الدولة طلب فائض قدره 2.3 مليون سائح،

وهكذا يحل السائحون المحليون محل السياح الأجانب وسيكون لدى الاقتصاد الوطني فاضا في الميزان السياحي.

ومن جهة أخرى المستفيد الوحيد من الجائحة هي الطبيعة حيث استطاع النظام البيئي إعادة توازنه، وهذا ما يشكل فرصة أخرى للاستثمار في أنشطة السياحة البيئية في مختلف المحميات والحدائق الوطنية وحتى المناطق الجبلية التي تزخر بها الطبيعة في الجزائر، ويكون هذا بتقديم خدمات لائقة وغير مكلفة موجهة للسياح البيئيين المحليين، بحيث يكفي أن يتم تعيين ممرات واستخدام مرشدين ومرافقين ومنظمين من أصحاب المنطقة للتوجيه والترويج، واستخدام الدواب والخيول في التنقل، أما فيما يخص الايواء والاطعام تبنى بيوت الضيافة بإمكانيات بسيطة وبمواد صديقة للبيئة خاصة وأن الكثير من عشاق السياحة البيئية يفضلون التخييم، وإنشاء وحدات إطعام بسيطة لإعداد الوجبات المحلية بل حتى المشاركة في تحضيرها وتذوقها من طرف الزائرين، ومن شأن هذه الاستثمارات أن تكون لها مزايا اقتصادية كبيرة على السكان المحليين بالإضافة إلى الإطلاع على العادات والتقاليد والصناعات التقليدية المحلية واقتناء بعض منتجاتها مما يساعد في تغيير بنية المجتمع، كما يشكل الاستثمار في السياحة البيئية دافع قوي للرجوع إلى الأرض حيث تمثل الزراعة أحد أهم سبل الرزق في المجتمعات الريفية في الجزائر، وعلى هذا فالاستثمارات السياحية في المناطق الريفية والجبلية وبالقرب من الحضائر الوطنية يعمل على أحياء وإعادة الروح إلى كل ما من شأنه أن يحقق الاستمرارية وليس الحفاظ المادي للشيء فقط، وهي كلها أهداف تنموية تركز التكامل بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة، وبهذا تساهم السياحة الداخلية في انتعاش القطاع السياحي واستثماراته في ظل الجائحة.

خلاصة الفصل:

توصلنا في هذا الفصل أن النهوض بالقطاع السياحي يتطلب إعداد استراتيجيات تهدف إلى ضرورة تنويع العرض والطلب السياحي معا، حتى تظهر نتائج التنمية في كل مناطق البلد الواحد، وعلى هذا تبنت كل من المغرب والإمارات والجزائر خطط إستراتيجية لتنمية قطاعها السياحي حسب رؤية كل دولة للمجالات ذات القيمة المضافة العالية لقطاعها السياحي، فقد اعتمدت كل من المغرب والإمارات على رؤى إستراتيجية رفعت فيها توقعاتها للأهداف الكمية المنشودة في بلوغ أكبر عدد ممكن من السياح بنهاية 2020 والتي كانت ستة أضعاف ما كانت تطمح إليه الجزائر.

أما عن الانجازات المحققة نجد أن المغرب قد نجح بنسبة عالية في إنجاز أهداف «رؤية 2010» لكن أهداف «رؤية 2020» نجح إلى حد ما في الجانب الكمي منها إلا أنه لم يتمكن من تحقيق الأهداف النوعية، خاصة في عدم القدرة على تنويع سوق الطلب السياحي، والبعد التراخي في الاستفادة من المشاريع السياحية، وبالرغم من ذلك تبقى مؤشرات الأداء السياحي في المغرب ايجابية في مجملها وتحقق أهدافا تنموية مستدامة حيث تعد السياحة من أهم القطاعات التي توفر مناصب شغل جنبا إلى جنب مع القطاع الفلاحي في المغرب، مما جعلها تحتل المرتبة 66 عالميا في تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2019، أما الإمارات العربية المتحدة فقد نجحت في تحقيق «رؤية الإمارات 2021» سواء على صعيد الأهداف الكمية أو النوعية والتي أسهمت بشكل كبير في تعزيز مسيرة العمل الحكومي في دولة الإمارات، ورسم ملامح المستقبل ضمن مجموعة متكاملة من الأطر تماشيا مع الرؤى المستقبلية الرامية إلى ترجمة الأهداف الإستراتيجية إلى واقع ملموس، فقد كان الأداء السياحي جد ايجابي، وهكذا نجحت الإمارات في تعزيز مكانتها كعاصمة للاستثمارات السياحية ليس على مستوى المنطقة بل على مستوى العالم، مما يضعها في المركز 33 عالميا في تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2019، وتظل دولة الإمارات هي الدولة العربية الوحيدة التي نجحت في حجز موقعها ضمن نادي العشر الكبار هو ما يؤكد تقرير التنافسية العالمية وذلك لأربع سنوات متتالية (2017-2019)، وحتى في ظل جائحة الكورونا استطاعت كل من المغرب والإمارات من تبني استراتيجيات تعافي القطاع السياحي وإعطائه دفعة قوية للتخفيف من حدة الخسائر، أما الجزائر التي احتلت المركز 116 عالميا في تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2019، فما هو إلا مؤشر على هشاشة وضعف أداء قطاعها السياحي، حيث ظلت مساهمته في قضايا التنمية ضعيفة ومحدودة جدا، حيث لا تزال الجزائر متأخرة مقارنة بالمغرب والإمارات في هذا المجال، كما لم ينجح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 في تحقيق أهدافه الكمية ولا النوعية، لا سيما من جانب المشاريع الاستثمارية التي لا تلبى احتياجات الحظيرة الفندقية، ونوعية الخدمات السياحية التي لا ترقى إلى مستوى المنافسة العالمية، وعدد السياح الوافدين الذي لا يعبر عن صورة الجزائر السياحية، ويتواصل الفشل في عدم اقتراح أي خطة لاحتواء جائحة الكورونا والحد من تداعياتها على صناعة السياحة.

خاتمة عامة

خاتمة عامة:

كل بلد في العالم يتمتع بمقومات جذب سياحية طبيعية وتاريخية وثقافية، لكن فرص نجاحها في جذب السياح قد تكون ضعيفة ما لم تتدعم باستثمارات سياحية واسعة وهامة في عدة صناعات مرتبطة بالسياحة باعتبار أن هذه الأخيرة صناعة مركبة، فمجالات الاستثمار السياحي تتنوع بين الاستثمار في التسهيلات والتجهيزات إلى الاستثمار في الثروة التي تعتبر المادة الخام التي تعتمد عليها نوعية الاستثمار السياحي، وكل هذه الاستثمارات تشكل عوامل جذب هامة لتنوع العرض السياحي وزيادة الطلب السياحي، بالإضافة إلى كونها معيار يقيس أداء السياسات التي تتبناها الدول لتطوير قطاعها السياحي والتي تحدد مستوى الإنتاجية والدخل والعائد الاقتصادي من الأنشطة السياحية التي تعزز التنافسية السياحية، هذه الأخيرة التي تعبر عن القوة الاقتصادية التي يتمتع بها القطاع الاقتصادي في الدولة وقدرته على المنافسة في السوق السياحية العالمية، وهذا ما تشير إليه تقارير تنافسية السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي منذ سنة 2007.

ومن خلال عرضنا لدور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية، تبين لنا أن الاستثمارات السياحية هي التي تقود صناعة السياحة نحو التقدم والرقى وترتكز على الإدارة المثلى للموارد للحصول على الحد الأقصى من منافع التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تلبى حاجات الحاضر دون أن يكون ذلك على حساب الأجيال القادمة أو يضعف قدرتها على تلبية احتياجاتها الأساسية من الموارد الطبيعية، في خطوة للتحويل نحو الاقتصاد الأخضر الذي يعد وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة.

فالارتقاء بالدور التنموي للسياحة يتجسد أساسا في إدخال مبادئ الإستدامة التي تمس البيئة والمجتمع والاقتصاد معا، وهي المبادئ ذاتها التي تشترك فيها كل من التنمية المستدامة والاقتصاد الأخضر، مما يجعلنا نفكر في ثلاثة أشياء وهي: أن موارد الطبيعة ستنفذ يوما ما، لا بد من المحافظة على مستوى معين من التوازن الاقتصادي، ويجب تحقيق العدالة في توزيع الثروة ومكافحة الفقر وتحسين المستوى المعيشي، وعلى هذا توجهنا نحو البحث في الاستثمارات السياحية والاهتمام بالسياحة كصناعة واعدة دون أن يكون ذلك على حساب البيئة، فتدهور البيئة يحد من فرص التنمية السياحية وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري من خلال قانون القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة والذي يحدد بشكل مفصل مكونات النظام البيئي، وكل الإجراءات الوقائية، العلاجية، الردعية التي تتعلق بحماية البيئة في إطار تنموي مستدام.

ونظرا لأهمية الاستثمارات السياحية في بناء صناعة سياحية في اقتصاديات الدول على حد سواء، قامت كل من الجزائر، المغرب، الإمارات العربية المتحدة، بإعداد وتنفيذ استراتيجياتها لتنمية القطاع السياحي، حيث اعتمدت على خطط ورؤى إستراتيجية تعمل على توفير برامج وطنية للابتكار والتنافسية السياحية تقوم على محاور مختلفة حسب رؤية كل دولة للمجالات ذات القيمة المضافة العالية لقطاعها السياحي، حيث تهدف هذه الرؤى في مجملها على تعزيز الهوية الثقافية للشعوب والحفاظ على

الموارد الطبيعية، مع ضرورة تنوع العرض السياحي (فنادق، مطاعم، منتجعات، مراكز ترفيه، مراكز تسوق، قرى سياحية...) الذي يكمل البنية التحتية السياحية لكل دولة لمحاربة التفاوتات السياحية الإقليمية سواء من حيث زيادة سعة الإقامة أو الاستثمارات أو وصول السياح أو حتى العائدات المتولدة، لتضمن التنمية لكل مناطق البلد الواحد حتى يستفيد الكل من ثمار التنمية المستدامة، وقد كانت النتائج جد ايجابية بالنسبة للمغرب والإمارات، حيث استطاعت السياحة أن تشكل مصدر دخل أساسي يساهم في التنمية الاقتصادية لكل من الدولتين، وحتى في ظل جائحة الكورونا استطاعت هذه الدول اعتماد استراتيجيات للتخفيف من تداعيات الجائحة على قطاعها السياحي ونجحت في تنشيط السياحة الداخلية، بل شرعت الإمارات في فتح أبوابها من جديد لاستضافة المؤتمرات والمعارض والفعاليات.

أما بالنسبة للجزائر فالقطاع السياحي لم يرقى إلى المستوى المطلوب الذي يكفل الوصول إلى الأهداف المسطرة له في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، وبقيت إنجازاته جد محدودة إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة والشقيقة، فحجم الاستثمارات التي خصصت لهذا القطاع تعتبر ضعيفة بالنظر إلى الأموال الضخمة التي ضخمتها الحكومة منذ 2001 في برامج الإنعاش الاقتصادي، والتي كان بالإمكان أن تحول الجزائر إلى وجهة سياحية عالمية، إلا أن معدل نموها بقي ضعيفا نتيجة ضعف إدارة هذه الأموال، كما أن المشاريع السياحية التي كانت محل انجاز خلال هذه الفترة كانت غير ناضجة وتفتقر لدراسات جدية ومعقدة، فكان الإخفاق كبيرا على مستوى تطوير القطاع السياحي، هذا وقد كبدت جائحة الكورونا القطاع السياحي في الجزائر خسائر كبيرة لم يسبق لها مثيل، حيث أدت إلى توقف كامل للأنشطة السياحية والصناعات التقليدية والنقل لمدة سنتين (2020 و2021)، ويأتي هذا في ظل غياب أي خطة لاحتواء الأزمة.

نتائج اختبار الفرضيات:

بناء على الأهداف والفرضيات التي تمت صياغتها في هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- **الفرضية الأولى:** تقر بأن الإستثمار السياحي يهتم بالإفناق على كل المشاريع السياحية، وينظر إليه نظرة إقتصادية وإجتماعية وبيئية مقترنة بمقاربات الاستدامة تحقق تنمية متوازنة وعادلة، فقد تم إثبات صحة هذه الفرضية حيث توصلنا إلى أن الاستثمار السياحي سواء في الثروة أو التسهيلات يعمل على تعزيز الازدهار الاقتصادي والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة كجزء من أجندة الاقتصاد الأخضر، ويتمشى مع الأسلوب الجديد للفكر التنموي والذي يعتمد على طبيعة العلاقة بين الإنسان والبيئة المحيطة به ولعل تجارب السياحة البيئية التي أدرجناها أكبر دليل على ذلك.

- **الفرضية الثانية:** تقر بأن الاستثمارات السياحية حضيت بالأهمية اللازمة في الخطط والسياسات التنموية في الجزائر لا سيما في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030، فقد تم نفي هذه الفرضية حيث توصلنا أنه بالرغم من حرص الجزائر على تطوير الاستثمارات السياحية وبرامج الإصلاحات سواء إصلاحات الجيل الأول أو إصلاحات الجيل الثاني لتطوير الموارد السياحة ومناطق

التوسع السياحي والصناعة الفندقية إلا أنها لم تتجاوز في أحسن الحالات نسبة 2.5% من مجموع الاستثمارات، بل حتى بعد مرور 13 سنة من انطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 لا تزال 167 منطقة توسع لم تنطلق بها الاستثمارات السياحية من مجموع 225 منطقة.

• **الفرضية الثالثة:** تنص على أن الاستثمارات السياحية في الجزائر تساهم على تحقيق البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للتنمية المستدامة، فقد تم نفيها حيث لم تستطع الاستثمارات السياحية في الجزائر أن تقود صناعة السياحة إلى تحقيق إيرادات خارج الإيرادات النفطية والتي لم تتجاوز 6% من إجمالي الناتج المحلي، كما ظل الميزان السياحي الجزائري منذ الاستقلال إلى يومنا يسجل عجزا كبيرا نتيجة ارتفاع النفقات على الإيرادات السياحية، كما أن مساهمتها في توفير فرص العمل ضعيفة ولا تخدم البعد الاجتماعي في تحقيق العدالة الاجتماعية خاصة وأن 86% من الاستثمارات السياحية تتمركز في الشمال مما يحرم طالبي العمل من حقهم في التنمية، فنجاح الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر يعني إنجاح الملائمة بين رغبة السائح وحماية الموارد البيئية وتعظيم الفوائد من الاستثمارات في آن واحد، وهي معادلة تبقى صعبة التطبيق فتلوث الشواطئ والغابات والمناطق الجبلية والمحميات في الجزائر يدل على انعدام ثقافة الالتزام بالبعد البيئي.

• **الفرضية الرابعة:** تقرر بأنه تتوفر اليوم العديد من الحوافز في مناخ الاستثمار في الجزائر والتي تشكل عامل جذب للاستثمارات السياحية الأجنبية، وقد تم نفي هذه الفرضية فبالرغم من المزايا والحوافز التي جاء بها قانون ترقية الاستثمار سنة 2016 إلا أنه لم يعمل على جذب المزيد من الإستثمارات الأجنبية مما إنعكس على ضعف أداء الإستثمار السياحي في ترقية صناعة السياحة في الجزائر نظرا لكثرة العراقيل وأهمها الفساد والبيروقراطية وغياب الشفافية.

• **الفرضية الخامسة:** تقرر هذه الفرضية بأن أداء الإستثمار السياحي للجزائر يجعل منها دولة سياحية بامتياز مقارنة بالمغرب والإمارات العربية، وقد تم نفي هذه الفرضية، والدليل ما لمسناه في تقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عام 2019، فبالرغم من تمتع الجزائر بمقومات طبيعية وتاريخية وحضارية إلا أنها سجلت مرتبة متدنية 116 (من أصل 140 دولة)، في حين تصدرت الإمارات العربية القائمة عربيا والمرتبة 33 عالميا، أما المغرب سجل المرتبة 66، وهذا ما يفسر أن أداء الإستثمار السياحي الجزائري ضعيف، ولم يحدث نقلة نوعية في صناعة السياحة بل تعثرت في العديد من المؤشرات الفرعية أهمها الانفتاح التجاري وسوق العمل واستدامة التنمية والمنافسة والبنية التحتية.

نتائج الدراسة:

تتمثل نتائج الدراسة فيما يلي:

- تخطت السياحة تلك الحدود الضيقة المرتبطة بالسفر لأجل فسحة أو قضاء ليال في فندق لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر فيه وتتأثر به، حيث تشعبت فروعها وتطورت إلى السياحة الخضراء والالكترونية وسياحة المغامرات وصولاً إلى السياحة الفضائية، فأصبحت السياحة من أبرز وسائل العولمة وأدواتها؛
- الاستثمارات السياحية تدفع صناعة السياحة إلى بعث ديناميكية الصناعات الأخرى في مختلف القطاعات الاقتصادية (بعث النشاط الإنتاجي والاستثماري)؛
- الاقتصاد الأخضر يركز على فكرة التنمية والتوازن البيئي، ويجعل من عملية تطبيق التنمية المستدامة تتخذ شكلاً سلساً وسهلاً، فتجارب السياحة البيئية (السياحة الخضراء) الناجحة تعتبر اليوم إضافة نوعية وجديدة لصناعة السياحة في برامج التنمية المستدامة؛
- نصيب الاستثمارات السياحية في العالم في تزايد مستمر حيث بلغت في نهاية عام 2020 حوالي 948 مليار دولار حسب تقرير UNCTAD ومجلس السياحة والسفر، مما يدل على وجود سوق سياحية مزدهرة، وتحافظ الولايات المتحدة على مكانتها كأكثر الدول في الاستثمارات السياحية بقيمة 200.6 مليون دولار سنة 2018 تليها الصين بـ 161.5 مليون دولار.
- ألحقت جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد-19 التي ظهرت في ديسمبر 2019 في ووهان الصينية والتي انتشرت بشكل سريع في العالم أضراراً كبيرة في الأرواح والاقتصاد العالمي؛ كما أثرت على الاستثمارات السياحية وألحقت خسائر كبيرة في قطاع السفر والسياحة تقارب 4.7 تريليون دولار عام 2020 مع انخفاض المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة مذهلة بلغت 49.1% مقارنة بعام 2019، وتم فقدان 62 مليون وظيفة؛
- قطاع السياحة والسفر صحيح أنه سريع الحساسية وقد أثبت قوته كصناعة لها مكانتها في الاقتصاد العالمي، وإلى غاية 2019 كان قطاعاً مرناً سريع التعافي إلا أنه لم يستطع الصمود أمام جائحة الكورونا التي أرجعته إلى 20 سنة للوراء مما أفقدته صفة المرونة التي كانت من أهم خصائصه؛
- أضاف القانون رقم 16-09 سنة 2016 المتعلق بترقية الاستثمار الكثير من الإعفاءات والامتيازات والحوافز إلا أنه لم ينجح في جذب إستثمارات سياحية لمعالجة مختلف النقائص التي تعاني منها السياحة الجزائرية؛
- الإستدامة معطلة في الإستثمار السياحي، حيث نجد تفاوت كبير في مجال التنمية المستدامة من ثلاث جوانب:
- المظهر الأول يتمثل في أن 86% من الاستثمارات السياحية تتركز في الولايات الكبرى والمناطق الشمالية، وهذا لا يخدم الأهداف التنموية المستدامة للسياحة التي جاء بها المخطط التوجيهي، فهذا

التوجه يحرم الصحراء التي تعد قطب سياحي بامتياز من الاستفادة من الوظائف والنمو والرفاهية التي يمكن أن تحققها السياحة بالمنطقة؛

- أما المظهر الثاني لتركيز القطاع يأتي من الطلب السياحي حيث 56% من السياح الأجانب تأتي من تونس ثم من فرنسا، وبالتالي فهذا التركيز يفاقم من هشاشة عائدات السياحة ومن دخل العمالة في القطاع بالنظر إلى التقلبات الاقتصادية والسياسية التي تعرفها تونس؛

- أما المظهر الثالث فيرتبط بالطابع الموسمي لليالي السياحية والتي تعرف نشاطا في الصيف وركودا باقي الفصول، وهو ما يؤدي إلى عدم استقرار سوق الشغل والدخل على المستوى المحلي، كما يؤثر سلبا على مردود الاستثمارات السياحية على المستوى الجهوي.

• يبقى الهدف الأساسي للتسويق السياحي جذب السياح وتوسيع السوق لكن عند دراسة السوق السياحية الجزائرية توصلنا إلى أن العرض السياحي محدود ولا يتميز بالتنوع في حين الطلب ضعيف ولم يتجاوز 2.7 مليون، ثلاثة أرباع منهم هم في حقيقة الأمر جزائريين مقيمين بالخارج حيث لم تستطع الجزائر توسيع سوقها السياحية بل تركز على السوق التقليدية فقط، مما يؤكد أن السوق السياحية الجزائرية سوقا كامنة؛

• المسؤولية الكبيرة على ركود السياحة في الجزائر تقع على عاتق الاعلام بنوعيه (التقليدي والحديث) وتقصيره الكبير في تقديم الصورة الصحيحة عن المنتج السياحي الجزائري، فالمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر تحتاج إلى تسويق وترويج مثلما هي بحاجة إلى استثمار وتوظيف أموال، تحتاج إلى استراتيجية خاصة بالإعلام السياحي من خلال التنسيق والتعاون مع وزارة السياحة والشركات، ووكالات السفر والسياحة، والفنادق والمطاعم بالإضافة إلى خطوط الطيران والسفارات والقنصليات، والجهات المسؤولة عن النقل والأمن الداخلي وغيرها، هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك بعض النقاط التي نراها تمس بأبجديات العمل الإعلامي السياحي في الجزائر عندما نشاهد إشهارا للسياحة التونسية في قنوات جزائرية في حين لا نرى في الواجهة الأخرى أي اشهار للسياحة الجزائرية، ولأن الإعلام تؤكد المنافسة الإقليمية، فإن المعادلة المنطقية تقول أنه إذا لم نستطيع أن نؤثر في الداخل فإنك لن تؤثر في الخارج، وهذا ما حصل بالفعل؛

• سجلت الجزائر المرتبة 132 في مؤشر أولوية السفر والمرتبة 96 في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال (من مجموع 141 دولة) في تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2019، مما يؤكد أن الجزائر لا تهتم بالتسويق السياحي ولم تتبنى بعد الفكر التسويقي لابرار وجهة الجزائر السياحية في تقديم مختلف المعلومات التي يحتاجها السائح بشكل مستمر، وتعاني من ضعف كبير في رقمنة جميع العمليات وسلاسل القيمة في قطاعات السياحة والسفر والفنادق والمطاعم (المعاملات التي تتم بين المؤسسات السياحية والسائح إلكترونيا).

• تسجيل الجزائر المرتبة 89 في تقرير التنافسية العالمية عام 2019، يؤكد ضعف الأداء الاقتصادي كما يلقي بظلال ثقيلة على عجز الجزائر في الوصول بالإنتاجية والنمو الاقتصادي إلى المستوى الذي يحسن مستويات المعيشة ويحقق الرفاه للمجتمع، وبالتالي قدرته على تحقيق النمو الاقتصادي واستدامة التنمية؛

• الإيرادات السياحية المحققة بدولة الإمارات سنة 2019 حوالي 264 مرة ما هو محقق في الجزائر، وبالمغرب 71 مرة ما تم تحقيقه في الجزائر، مما يؤكد تبعية الاقتصاد للعائدات النفطية فلا تزال السياحة واستثماراتها قطاعا هامشيا في الاقتصاد الوطني؛

التوصيات والاقتراحات:

- لا يمكن للاستثمارات السياحية في الجزائر تحقيق التنمية المستدامة إلا من خلال إعطائها الأولوية في البرامج التنموية وزيادة المخصصات المالية للقطاع السياحي من الموازنة العامة للدولة وهو مؤشر يعكس التوجه الحقيقي للدولة نحو صناعة السياحة لتفعيل التنوع الإقتصادي؛

- إذا كانت الوجهات السياحية الرئيسية في العالم تستأثر بأكثر من نصف الوافدين عبر العالم وكذا بنصف الإيرادات المتعلقة بالسفر، فإن 75% من النفقات المتعلقة بالسياحة بهذه البلدان تتم في إطار السياحة الداخلية، ومن هذا المنطلق لم يخصص المخطط التوجيهي للسياحة محورا خاصا للإستثمار في السياحة الداخلية فهو لم يشتمل على تطوير سلسلة من المحطات السياحية وتعزيز الأنشطة بمنتجات وأسعار تستجيب لتطلعات ومستوى دخل السائح المحلي وأنماط استهلاكه، وعلى هذا فظروف جائحة الكورونا تعد دافعا قويا نحو تفعيل السياحة الداخلية لتنوع قاعدة الزوار للحفاظ على قدرة هذا القطاع على الصمود لتحقيق التوازن بين الصحة العامة والاحتياجات الاقتصادية؛

- تنمية الميزة التنافسية السياحية الجزائرية لجذب مزيد من الإستثمارات السياحية يتم عن طريق تطوير إنتاجية كل الموارد التي تعد نقاط قوة تتمتع بها السياحة الجزائرية والمتمثلة في: مناعة واستقرار مؤسساتي، موقع جغرافي استراتيجي، شعب يتميز بكرم الضيافة، ثروة طبيعية متنوعة؛

- هناك قصور على مستوى القيادة الاستراتيجية لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2030، لذلك نقترح ضرورة التنسيق والتنظيم والإدارة بين كل الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي لتحديد الاختصاصات وتحمل المسؤوليات وتتبع تنفيذ البرامج المسطرة وتفعيل جهاز رقابي على إنجاز الاستثمارات في أجالها؛

- ضرورة إعطاء السياحة الصحراوية حقه من الاستثمارات، خاصة وأن الصحراء الجزائرية من أروع الصحاري في العالم فالطاسيلي متحف طبيعي مترامي الأطراف كفيل لوحده يجذب الملايين من السياح، فالصحراء لا تحتاج إلى استثمارات ضخمة بقدر ما تحتاج إلى تشجيع الاستثمار الخاص في الخيمة الجزائرية بخدمات لبقة في إطار الأصالة والتقاليد والأعراف الوطنية وبأدوات بسيطة غير مكلفة والتي تعبر عن هوية المنطقة وتراثها العريق؛

- نقترح إقامة شراكة مع الإمارات العربية من أجل اكتساب الخبرة الكافية في مجال الإستثمارات السياحية وتسيير المنشآت السياحية، وخلق برامج تعليمية وتكوينية تكون في مستوى تأهيل اليد العاملة الجزائرية؛
- تنوع العرض السياحي لا يشمل الإستثمار في طاقات الإيواء فحسب، بل ضرورة توجيه الإستثمارات إلى المنشآت والخدمات السياحية من نقل وأماكن ترفيه ومنافذ لبيع الأطعمة والمشروبات وأخرى للبيع بالتجزئة للوفاء بكافة متطلبات السياح سواء كانوا محليين أو أجانب،
- الجزائر بحاجة إلى تخصيص استثمارات جديدة تخص المراكز والملاعب الرياضية والأسواق التجارية والمولات التي تحولت في عصرنا من مجرد أماكن لإقامة الأحداث المختلفة إلى مزارات سياحية عالمية؛
- إصلاح نظام التأشيرة لتأكيد مكانة الجزائر كوجهة سياحية، وتحويل السياح المحتملين إلى سياح حقيقيين، فتخفيف إجراءات السفر إلى الجزائر يدعم استراتيجية التنمية السياحية افاق 2030 في استقطاب المزيد من السياح الدوليين وتنويع الأسواق المستهدفة، مما ينعكس بشكل ايجابي على جذب إستثمارات سياحية.

أفاق الدراسة:

- يمكن ان نقترح موضوعين مهمين لتكملة موضوع دراستنا هما:
- الاستثمار في السياحة الدينية كأداة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر.
- النهوض بالبنية التحتية في الجزائر كأحد أهم مؤشرات تنافسية القطاع السياحي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

➤ القرآن الكريم والسنة النبوية.

➤ الكتب:

- 1- ابراهيم اسماعيل الحديد، "إدارة التسويق السياحي"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 2- ابراهيم خليل بظاظو، "الجغرافيا السياحية: تطبيقات على الوطن العربي"، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 3- ابراهيم خليل بظاظو، "السياحة البيئية وأسس استدامتها"، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 4- أحمد الأشقر، "الاقتصاد الكلي"، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة، الأردن، 2002.
- 5- اسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، "مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل"، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 6- توفيق ماهر عبد العزيز، "صناعة السياحة"، دار زهران للنشر والتوزيع، دائرة المكتبة الوطنية، الأردن، 2008.
- 7- جمال العزاوي فلاح، "التنمية المستدامة والتخطيط المكاني"، دار دجلة للنشر والتوزيع، العراق، 2015.
- 8- جميل حمداوي، "التنمية والبيئة: أي علاقة؟" بدون دار النشر، 2017.
- 9- جون سوار بروك، "فن تنمية وإدارة أماكن الجذب السياحي"، ترجمة قسم الترجمة بدار الفاروق، الطبعة الثانية، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، مصر، 2017.
- 10- حردان طاهر حيدر، "مبادئ الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
- 11- حريوش حسني، رشيد عبد المعطى، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن، 1996.
- 12- حسين إبراهيم خليل، حسين محمد مصلح، "الرقابة القضائية على حقوق التظاهر والإضراب والتناسب"، دراسة مقارنة بين فرنسا ومصر، شركة ناس للطباعة، 2015.
- 13- حمزة عبد الحلیم دراركة وآخرون، "السياحة البيئية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014.
- 14- خلفان حمد عيسى، "إدارة الاستثمار والمحافظ المالية"، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 15- خليف مصطفى غرابية، "السياحة الصحراوية في الوطن العربي: الواقع والمأمول"، دار قنديل للنشر، الأردن، 2012.

- 16- رضا محمد السيد، أساسيات الجغرافيا السياحية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية، الأردن، 2016.
- 17- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 18- زياد رمضان، "مبادئ الاستثمار المالي والحقيقي"، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، الأردن، 2005.
- 19- صبري عبد السمیع، "التسويق السياحي الفندقي-أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
- 20- طارق عبد الفتاح الشريعي، "التسويق التسويقي السياحي- التسويق الفندقي"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
- 21- طاهر حيدر حردان، "أساسيات الاستثمار"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 22- عبد الغني محمود، "الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في القانون الدولي العام"، دار النهضة العربية، مصر، 1991.
- 23- عبد الله الركبي، "الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز"، الجزء الأول، دار الكتاب العربي، الجزائر، 1999.
- 24- عبد المطلب عبد الحميد، "العولمة واقتصاديات البنوك"، الدار الجامعية، مصر، 2005.
- 25- عبد المعطي رضا أرضيد، حسين عاي خربوش، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 26- عصام حسن الصعيدي، "تظم المعلومات السياحية"، دار الرياسة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011.
- 27- علام أحمد عبد السمیع، "علم الاقتصاد السياحي"، دار الوفاء لدنيا الطباعة، أكاديمية الاسكندرية للعلوم، مصر، 2008.
- 28- عمر صخري، "التحليل الاقتصادي الكلي"، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 29- عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك - عوامل التأثير البيئية"، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 30- عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك - عوامل التأثير النفسية"، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 31- فؤاد بن غضبان، "الجغرافيا السياحية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 32- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

- 33- فؤادة عبد المنعم البكري، "التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات"، عالم الكتاب، مصر، 2007.
- 34- كلسي هسو، نوم بورز، "تسويق الضيافة"، تعريب سرور علي ابراهيم سرور، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2007.
- 35- كمال درويش ومحمد الحماحي، "رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ"، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 2017.
- 36- لزمد الصتقي، "مهارات التخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 37- لمياء سيد حنفي، فتحي شرقاوي، "التسويق السياحي"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
- 38- لور ماتي، "الريف البرازيلي نموذجا للتنمية في سياق الاقتصاد الأخضر بعد عام 2003"، ترجمة قاسم شعيب السلطاني، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العراق، الإصدار 1-7-2019.
- 39- ماهر عبد الخالق السيبي، "مبادئ السياحة"، مجموعة النيل العربية، مدينة نصر، مصر، الطبعة الثانية، 2006.
- 40- محمد بوتين، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- 41- محمد سيد ريان، "الإعلام الجديد"، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، مصر، 2012.
- 42- محمد علي أبو العلا، "فن الاتصال بالجمهور بين النظرية والتطبيق"، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، مصر، 2014.
- 43- محمد مطر؛ "إدارة الإستثمارات - الإطار النظري والتطبيقات العلمية"، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 44- مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، "التنمية المستدامة"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017.
- 45- مدحت أبو النصر، ياسمين مدحت محمد، "التنمية المستدامة مفهومها، أبعادها، مؤشراتها"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017.
- 46- مروان السكر، "مختارات من الاقتصاد السياحي"، مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 47- مصطفى عبد القادر، "دور الإعلان في التسويق السياحي -دراسة مقارنة-"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003.
- 48- مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ألقا للوثائق للنشر والتوزيع، فسنطينة، الجزائر، 2017.
- 49- مصطفى يوسف كافي، "فلسفة اقتصاد السياحة والسفر"، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

- 50- مصطفى يوسف كافي، السياحة الريفية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
- 51- مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "التسويق السياحي"، ألفادوك للنشر، الجزائر، 2017.
- 52- مصطفى يوسف كامل، "السياحة البيئية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 53- مصطفى يوسف كامل، وكالات ومنظمات السياحة والسفر، دار رسلان للنشر والتوزيع، الأردن.
- 54- موسشيت دوجلاس، "مبادئ التنمية المستدامة"، ترجمة بهاء شاهين، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2001.
- 55- نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، "الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون - منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 56- هويشار معروف، "الاستثمارات والأسواق المالبة"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- **الأطروحات:**
- 1- أحمد أديب أحمد، "تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية"، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاحصاء والبرمجة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين(سوريا)، 2006.
- 2- إلماء شيلي، "دور استراتيجية الجودة الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في مؤسسة الاقتصادية"، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة سطيف، 2013-2014.
- 3- بزة صالح، "تحليل استراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر - مقارنة السياسات والآليات-"، أطروحة الدكتوراه علوم في علوم التجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2016-2017.
- 4- بن سهلة ثاني توفيق، "أثر المنظمة البنكية في الجزائر عل ترقية لاستثمار السياحي"، أطروحة الدكتوراه في العلوم، تخصص تسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2015-2016.
- 5- بن لخضر عيسى، "سياسة تمويل الاستثمارات في الجزائر وتحديات التنمية في ظل التطورات العالمية الراهنة"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2018-2019.
- 6- بن مرزوق نبيل، الإستثمار "السياحي كآلية لترقية الصناعة السياحية، دراسة تحليلية تقييميه لحالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي واستشراف، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2018-2019.

- 7- بوراوي ساعد، "تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب) دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، 2016-2017.
- 8- حدادنة أسماء، "الاستثمار الحقيقي خارج قطاع المحروقات في الجزائر والتنمية المستدامة"، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017-2018.
- 9- حسين قاصب، "الخيارات الاستراتيجية لمنظمات الأعمال السياحية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة مقارنة بين منظمات الأعمال الفندقية بالجزائر وتونس"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص إدارة أعمال استراتيجية، جامعة آكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر، 2018-2019.
- 10- ربحاني أمينة، "الحماية الادارية للبيئة في الجزائر"، أطروحة الدكتوراه في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2015-2016.
- 11- زير ريان، "مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018.
- 12- سميرة عميش، "دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة للفترة 1995-2015"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2014-2015.
- 13- صورية مساني، "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول"، دراسة حالة الجزائر للفترة 195-2014، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات الأعمال والتجارة الدولية، جامعة سطيف، الجزائر، 2018-2019.
- 14- عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر- " أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، الجزائر، 2009-2010.
- 15- العايب عبد الرحمن، "التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة"، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011.
- 16- غالب محمود حسين السالم، "واقع وإمكانيات التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية في منطقة طوباس"، رسالة لنيل درجة الماجستير في التخطيط الحضري والاقليمي بكلية الدراسات العليا، جامعة نابلس، فلسطين، 2008.
- 17- قرارية فتيحة، "الصناعة السياحية في الدول المغاربية"، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018-2019.

- 18- ماي علي، دور "التسويق في تطوير القطاع السياحي، دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب"، أطروحة الدكتوراه علوم في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2017-2018.
- 19- محصول عبد السلام، "دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات العربية"، رسالة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2013-2014.
- 20- معتصم محمد اسماعيل، "دور الاستثمارات في تحقيق التنمية المستدامة - سوريا نموذجا"، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2015.
- 21- ناجي بن حسين، "دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر"، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، 2006-2007.
- 22- نشمة ياسين، "مدى نجاعة التشريع الجبائي الجزائري في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، أطروحة دكتوراه، ميدان إدارة المنظمات، تخصص محاسبة ومراقبة التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2017-2018.
- 23- هادية يحيوي، السياحة و التنمية في المغرب العربي"، أطروحة الدكتوراه علوم في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2011-2012.

➤ المجلات والدوريات العلمية:

- 1- ابراهيم بختي، محمود فوزي شعوبي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 7، 2010.
- 2- إدير رانية، غزاري عمر، "الإستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2030"، مجلة الإبداع، جامعة البليدة 2، المجلد 09 العدد 01، 2019.
- 3- اسماعيل محمد علي الدباغ، وآخرون، "العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وامكانية تنشيط السياحة الدينية فيها"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد 72، 2008.
- 4- اقبال جاسم جعفر، "السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة - تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة"، مجلة الخليج العربي، المجلد 46، العدد 3-4، 2018.
- 5- أكرم عبد الرحمان، "نسبة الأشغال الفندقية مع التطبيق على صناعة الفنادق العراقية 2002-2007"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 35، 2013.
- 6- أيوب الشيكري، خلادي زوليخة، "واقع السياحة في المغرب وآليات تطويرها"، مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي بريكة، المجلد 02، العدد 02، 2021.

- 7- بسام سمير الرميدي، يحيا شحاتة الزرق، "التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر"، مجلة الاقتصاد والقانون، جامعة القاهرة، العدد 1، جوان 2018.
- 8- بن شوك وهيبة، يحيوي نصيرة، "تحليل واقع تنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية"، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعة امجد بوقرة بومرداس، العدد 8، الجزء الأول، 2018.
- 9- بولرباح غريب، "العوامل المفزة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وطرق تقييمها"، دراسة حالة الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 10، 2012.
- 10- بولقواس سناء، "استراتيجية التخطيط العمراني المستدام ومراعاة البعد اليئي في الحضريّة المناطق"، دراسة تحليلية في أحكام القانون الجزائري، مجلة دراسات وأبحاث في المجلة العربية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجلفة، مجلد 10 العدد 3، سبتمبر 2018.
- 11- تهنان موراد، شويرب جلول، "أثر الاستثمار في القطاع السياحي على بعض مؤشرات الاقتصاد الوطني -دراسة تحليلية-"، مجلة المستقبل الاقتصادي، جامعة بومرداس، العدد 4، 2016.
- 12- جسيّنة غواص، "الحماية المستدامة للساحل في ظل القانون الجزائري"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي، عدد 46، ديسمبر 2016.
- 13- حسين بن العاربية، محمد مدياني، "صناعة سياحية في الجزائر والمغرب"، فرص وتحديات، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميلة، المجلد 4، العدد 1، جوان 2018.
- 14- حمري نجود، حمري نوال، "واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون 18-05 قانون لتجارة الالكترونية"، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي أفلو، المجلد 04، العدد 01، 2021.
- 15- حمزة بوكسفة، عمار زودة، "واقع وأفاق السياحة في الجزائر وتنافسيّتها بناء على تقرير تنافسية السياحة العالمي 2017"، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي اليزي، العدد 5، 2018.
- 16- خلفه نصير، "رهانات تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر بين المتطلبات الداخلية وتفاعلات العولمة". مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، جامعة تيارت، المجلد 10، العدد 1، 2020.
- 17- رجاء عبد الله عيسى، خولة رشيج حسن، "أثر الاستثمار السياحي في تنوع مصادر الدخل في العراق 2000-2015"، مجلة العلوم الاقتصادية، العراق، العدد 12، 2017.
- 18- زايد محمد، "فرص الاستثمار السياحي في الجزائر (واقع وآفاق)"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تمنغراست، المجلد 7، العدد 5، 2018.
- 19- زروف يوسف، رقاب عبد القادر، ضمانات وحوافز الاستثمار الأجنبي في الجزائر وفق قانون 16-09، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة الجلفة، العدد 8، بدون سنة النشر.

- 20- سعدي محمد، "العائلة عاداتها وتقاليدها بين الماضي والحاضر: الظاهرة الإحتفالية بالأعياد نموذجاً"، المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الإجتماعية إنسانيات، جاكعة وهران، العدد4، 2013.
- 21- صبيحي شهباز، "استراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دراسة مقارنة بين المغرب والجزائر"، مجلة الحوار الفكري، جامعة الوادي، مجلة 15، العدد1، 2020.
- 22- صورية شلبي، "أشكال السياحة وفق أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأكثر حداثة فرنسا نموذجاً"، مجلة المالية والأسواق، المجلد 7، العدد 1، 2020.
- 23- صيد تونس وآخرون، "مساعدى الدول المغاربية فى توجيه الاقتصاد الأخضر لخدمة التنمية المستدامة"، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 5، 2018.
- 24- الطاهر جليط، "دراسة قياسية لأثر الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي فى الجزائر"، مجلة البحوث والدراسات التجارية، جامعة المسيلة، العدد 3، 2018.
- 25- عادل أمين مهمل، "واقع وكالات السياحة والأسفار فى الجزائر ودورها فى التنشيط السياحي - دراسة حالة-"، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية -بحوث ودراسات- اجامعة البليدة2، لمجلد 6 العدد 2، 2019.
- 26- عادل عبد العظيم، "اقتصاديات الاستثمار: النظريات والمحددات"، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 67، 2007.
- 27- علي ماي، "تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر فى البلدان المغاربية" : الجزائر، تونس، المغرب، مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي ، المجلد 5، العدد2، ديسمبر 2018.
- 28- فاطمة فرج سعد، "الاستثمار السياحي ودوره فى تعزيز التنمية السياحية:دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإداريةجامعة واسط، العراق، العدد 19، 2015.
- 29- فاطمة سويتم، "الصناعة التقليدية كمصدر لترقية السياحة والاستثمار السياحي"، منطقة أهقار نموذجاً، مجلة المجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تمنغراست، المجلد 07، العدد 05، 2018.
- 30- فراح أسامة، "دور وكالات السياحة والأسفار فى تشجيع السياحة الداخلية دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة والأسفار بولاية الشلف"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة تمنغراست، المجلد 8، العدد 3، 2019.
- 31- فروحات حدة، "الطاقة المتجددة كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة فى الجزائر"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 11، 2020.

- 32- فيروز قطاف، عبلة بزقار، "مؤشرات ريادة القطاع السياحي، تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة"، مجلة الهقار للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي تندوف، المجلد 01، العدد 01، 2017.
- 33- قاسم شعيب السلطاني، الريف الازيلي نموذجا للتنمية في سياق الاقتصاد الأخضر بعد عام 2003، تأليف لوروماتي، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، العدد 34، العراق، 2019.
- 34- قرين ربيع، حراق مصباح، "خيار الاقتصاد الأخضر بين فرص النجاح ومؤشرات الفشل في المنطقة العربية"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 51، جوان 2019.
- 35- لرباع الهادي، "التخطيط السياحي ومتطلبات التنمية السياحية المستدامة"، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14، مارس 2016.
- 36- لغايدة عبد الله، بوعروج لمياء، "إستراتيجية التنمية السياحية في البلدان المغاربية : دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب"، مجلة البدائل الادارية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، 2019.
- 37- محمد عشري حسن عبد المهدي، "تقييم أثر التنمية السياحية المستدامة في تحقيق التنمية الاقتصادية في مصر"، مجلة السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد 10، العدد (1/1)، مارس 2016.
- 38- مولاي لخضر عبد الرزاق، بورحلي خالد، "متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 4، جوان 2016.
- 39- ندى خليفة محمد علي الركابي، حسن نجح عبد الأمير الحسني، "البصمة البيئية والتخطيط لبلورة الصورة البيئية للمدينة العراقية -مدينة النجف الأشرف نموذجا"، مجلة البحوث الجغرافية، جامعة بغداد، العدد 28، 2019.
- 40- نقرات يزيد ، بوطبة صبرينة، "الاقتصاد الأخضر تنمية مستدامة تكافح التلوث"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، العدد 08، ديسمبر، 2017.
- 41- هني أمينة، شاشوة فضلون، "السياحة الالكترونية ودورها في تفعيل القطاع السياحي تجربة الجزائر- تونس- الأردن"، مجلة المالية والأسواق، جاكعة مستغانم، المجلد 07، العدد 01، 2020.
- 42- هيثم ناعس، "أهمية قطاعي النقل والسياحة ودورهما في استثمار الموارد البشرية والاقتصادية وتنميتها في مدينة دمشق ومنطقة الزبداني"، مجلة جامعة دمشق سوريا، المجلد 26، العدد 1 و2، 2009 .
- 43- واضح فواز، فطوش سمية، "عوامل جذب الاستثمار ومقوماته في الصناعة السياحية بالجزائر"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميلة، المجلد 04، العدد 01، 2018.

الملتقيات والمؤتمرات:

- 1- ثابتي الحبيب، بركنو نصيرة، "دور الاقتصاد الأخضر في خلق الوظائف الخضراء و المساهمة في الحد من الفقر"، مجمع مداخلات الملتقى الدولي حول تقييم سياسات الإقلال من الفقر في الدول العربية في ظل العولمة، أيام 8-9 ديسمبر 2014.
- 2- خروف منير، وآخرون، "الاستثمار السياحي في الجزائر بين المقومات والمعوقات"، الملتقى الدولي الرابع حول الاقتصاد السياحي وتدبير المقاولات السياحية ، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، المملكة المغربية، يومي 22-23 جوان 2018.
- 3- خميس عبد الرحمن رداد، "مؤشرات البيئية كجزء من مؤشرات التنمية المستدامة"، المؤتمر الإحصائي العربي الثاني بالاشتراك مع المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية والهيئة العامة للمعلومات، ليبيا، أيام 2-4 نوفمبر، 2009.
- 4- سالمى رشيد، عزي هاجر، "واقع وأفاق التنمية المستدامة في الجزائر"، مداخلة مقدمة للمشاركة في الملتقى العلمي الخامس حول: استراتيجيات الطاقات المتجددة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 23-24 أفريل 2018.
- 5- سامية فقير، محمد أمين لعروم، "آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية أفاق 2030"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حوا آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، منظم من طرف المركز الجامعي بركة المنعقد يومي 30-31 اكتوبر 2017.
- 6- صفوت عبد السلام عوض الله، "لأزمة المالية العالمية وتداعياتها على اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي"، المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، الجوانب القانونية الاقتصادية للأزمة المالية العالمية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، 21 أفريل 2009.
- 7- صلاح زين الدين، "دراسة لفرص وتحديات التنمية المستدامة في مصر"، المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول القانون والسياحة، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 26-27 أفريل 2016.
- 8- عبد لرحمن محمد محسن، "التنمية المستدامة ومتطلبات تحقيقها"، مداخلة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان: استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 15-16 نوفمبر 2011.
- 9- كمال رزيق، " الجباية كأداة لحماية البيئة. حالة الجزائر. " الملتقى الوطني الاول حول اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة، المركز الجامعي المدية، 6-7 جوان 2016.

الدراسات والتقارير المحلية والعالمية:

- 1- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج: " إدارة فندقية:3 صناعة الفنادق"، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني للنشر.
- 2- الأمم المتحدة، "مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات"، جوان 2016.
- 3- الإسكوا ESCWA، فيروس كورونا التكلفة الاقتصادية على المنطقة العربية، سبتمبر 2020 .
- 4- إلهام خضير شبر، "محاضرات في الاستثمار السياحي"، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2016-2017.
- 5- برنامج الأمم المتحدة للبيئة، " نحو اقتصاد أخضر: مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر"، مرجع لواقعي السياسات، 2011 (UNEP).
- 6- بيانات البنك الدولي، منظمة السياحة العالمية، الكتاب السنوي للإحصاءات السنوية، 2018.
- 7- تقرير UNCTAD، "تقرير الاستثمار في العالم"، صادر عن هيئة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2019.
- 8- الجمعية العامة للأمم المتحدة، الدراسة الاستقصائية العالمية عن دور المرأة في التنمية المستدامة، الدورة التاسعة والستون، 14 جويلية 2014.
- 9- الجمعية العامة للأمم المتحدة، "تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030"، الدورة السبعون، 21 أكتوبر 2015.
- 10- الجمعية العامة للأمم المتحدة، "خطة التنمية المستدامة لعام 2030"، وثيقة مؤتمر قمة الأمم المتحدة، 2015.
- 11- جيم تينين، جهاد أوغلو، "السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات"، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدري للدول الإسلامية SESRIC، أنقرة(تركيا)، 2017.
- 12- حسان خضر، "الإستثمار الأجنبي المباشر-تعريف وقضايا"، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، سلسلة دورية تعني بقضايا التنمية في الأقطار العربية، الكويت، 2004.
- 13- حكومة دبي، تقرير دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، 2021.
- 14- الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000.
- 15- الديوان الوطني للإحصائيات، نتائج 2015-2017.
- 16- ساندي صبري أبو السعد، وآخرون، "الاقتصاد الاخضر و أثره على التنمية المستدامة في ضوء تجارب بعض الدول: دراسة حالة مصر"، المركز الديمقراطي العربي، 15 يونيو 2017 .
- 17- صندوق النقد العربي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصادات العربية"، ديسمبر 2008.

- 18- عادل عبد الجواد محمد الكردوسي، "دبي واجهة سياحية عائلية عالمية"، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري بدبي، منتدى فقه الاقتصاد الإسلامي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
- 19- عبد الناصر بن عبد الرحمن الزهراني، كباشي حسين قسيمة، "الاستثمار السياحي في منطقة علا"، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008.
- 20- غرفة أبوظبي، "قطاع السياحة في الإمارات تنوع الموارد والأنشطة"، السياحة في أبوظبي أرقام وإنجازات، نوفمبر 2020.
- 21- الفايانانشيال تايمز (Financial Times) قاعدة بيانات FDI Markets، 2020.
- 22- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، المؤتمر الإقليمي حول: دور المجتمع المدني في المنطقة العربية خطة التنمية المستدامة لعام 2030، أوت 2016.
- 23- المجلس التنفيذي، "رؤية عجمان 2021"، دائرة التنمية السياحية بعجمان، حكومة عجمان.
- 24- مجلس السياحة والسفر العالمي، "السياحة والسفر في الإمارات العربية المتحدة"، تقرير 2019.
- 25- محسن حسن، "السياحة الدينية في العراق: الواقع والمأمول -دراسة وصفية-" مركز البيان للدراسات والتخطيط، العراق، 2018.
- 26- محمد ابراهيم عراقي، فاروق عطا الله، "التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر-دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية"، المعهد العالي والفنادق والحاسب الآلي، مصر، ورقة بحثية، 2007.
- 27- محمد العطا عمر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية"، الندوة العلمية بعنوان "أثر الأعمال الإرهابية على السياحة"، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، سوريا، 2010.
- 28- محمد عبد القادر الفقي، الاقتصاد الأخضر، المنظمة الإقليمية لحماية البيئة البحرية POPME، يوم البيئة الإقليمي 24 ابريل 2014.
- 29- مصطفى أحمد السيد مكاوي، "الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير"، دراسة استراتيجية تصدر عن مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات العربية، العدد 193، 2014.
- 30- مقطيط محمد، "السياسة البيئية الوطنية وأهداف التنمية المستدامة"، تقرير عن السياسات المستدامة، المملكة المغربية، 2017.
- 31- المملكة المغربية، "إستراتيجية السياحة بالمغرب"، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصادي والاجتماعي.
- 32- المملكة المغربية، "استراتيجيات وبرامج التنمية المستدامة"، وزارة الطاقة والمعادن والبيئة- قطاع البيئة، 2020.

- 33- المملكة المغربية، "الأوراش والإصلاحات الكبرى 2012-2016"، وزارة التجهيز والنقل واللوجيستيك.
- 34- المملكة المغربية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، "السياحة رافعة للتنمية المستدامة والإدماج من أجل إستراتيجية وطنية جديدة للسياحة"، 2020.
- 35- المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، مؤشرات القطاع السياحي، 2020.
- 36- منشورات الأمم المتحدة ، "تقرير مؤتمر المحيط"، نيويورك، 5-9 جوان 2017.
- 37- منظمة التعاون الإسلامي SESRIC، "السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الآفاق والتحديات 2017"، أنقرة (تركيا)، 2017.
- 38- منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD، "الإستجابة لأزمة فيروس كورونا (COVID-19) في دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا"، أكتوبر 2020.
- 39- منظمة السياحة العالمية (UNWTO)، "2017 السنة الدولية للسياحة المستدامة في سبيل التنمية"، خارطة طريق للاحتفال معا، 2017.
- 40- منظمة السياحة العالمية، "تقرير عن الاتجاهات الحالية للسياحة الدولية"، البند 4، 2019.
- 41- منظمة العمل العربية، " نحو سياسات فاعلة"، التقرير العربي الأول لمنظمة العمل العربية حول التشغيل والبطالة في الدول العربية 2008.
- 42- المؤتمر العربي للاستثمار الفندقي 2019، إمارة دبي، النسخة 15.
- 43- مؤتمر العمل الدولي، "التنمية المستدامة والعمل اللائق والوظائف الخضراء"، التقرير الخامس، سويسرا، 2013.
- 44- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2020.
- 45- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2019.
- 46- هيئة الأمم المتحدة 2019، "دليل الاستعراضات الوطنية الطوعية"، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، المنتدى السياسي الرفيع المستوى المعني بالتنمية المستدامة 9-18 جوان 2019،
- 47- هيئة الانماء التجاري والسياحي في الشارقة، رؤية الشارقة السياحية 2021.
- 48- وزارة الاقتصاد الاماراتية، " دليل المفاهيم والتعريفات السياحية المتعارف عليه دوليا"، ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي، الاصدار الخامس، الامارات العربية المتحدة، 2017.
- 49- وزارة الاقتصاد، "كيف تؤثر السياحة في التنمية الاقتصادية"، الإمارات العربية المتحدة، 2019.

50-وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، "المقومات الأساسية للسياحة، العقار السياحي"، الجزائر، فترة 2015-2020.

القوانين:

- 1- الأمر 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47 الصادرة في 22 أوت 2001.
- 2- الأمر 08-06 المعدل للأمر 03-01، المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل والمتمم، المتعلق بتطوير الاستثمار.
- 3- الأمر رقم 01-96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 3، الصادرة بتاريخ 14 جانفي 1996.
- 4- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية رقم 33، مشروع قانون المالية التكميلي لسنة 2020.
- 5- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، 23 رمضان 1415، الموافق لـ 18-04-1990.
- 6- ظهير شريف رقم 1.15.148 صادر ف7 ديسمبر 2015 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 77.15 القاضي بمنع صنع الأكياس من مادة البلاستيك واستيرادها وتصديرها وتسويقها واستخدامها .
- 7- ظهير شريف رقم 1.15.87 صادر في (16 يوليو 2015) بتنفيذ القانون رقم 81.12 المتعلق بالساحل.
- 8- ظهير شريف رقم 1-10-123 الصادر في 16 يوليوز 2010 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 22-07 المتعلق بالمناطق المحمية الجريدة الرسمية، العدد 5861 بتاريخ 2 سبتمبر 2010.
- 9- ظهير شريف رقم 1-06-153 الصادر في 22 نوفمبر 2006 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 28-00 المتعلق بتدابير النفايات والتخلص منها، الجريدة الرسمية، العدد 5480 بتاريخ 2 ديسمبر 2006.
- 10- ظهير شريف رقم 1-95-154 الصادر في 16 غشت 1995 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 95-10 المتعلق بالماء، الجريدة الرسمية، العدد 4325 بتاريخ 20 سبتمبر 1995.
- 11- ظهير شريف رقم 1-02-59 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 11-03 المتعلق بحماية واستصلاح البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.
- 12- ظهير شريف رقم 1-03-60 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 11-03 المتعلق بدراسات التأثير على البيئة، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.
- 13- ظهير شريف رقم 1-03-61 الصادر في 12 ماي 2003 المتعلق بتنفيذ القانون رقم 13-03 المتعلق بمحاربة تلوث الهواء، الجريدة الرسمية، العدد 5118 بتاريخ 19 يونيو 2003.
- 14- القانون رقم 19-01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتسيير النفايات.
- 15- القانون رقم 10-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، الصادر في الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 43، الصادرة في 30 حويلية 2003.

- 16- القانون رقم 05-16 المؤرخ في 31 ديسمبر 2015 المتضمن قانون المالية 2016، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 72.
- 17- القانون رقم 16- 09 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 46.
- 18- القانون رقم 86- 13 المؤرخ في 19 أوت 1986، المعدل و المتمم القانون رقم 82- 13 المؤرخ في 28 أوت سنة 1986 المتعلق بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصاد وسيورها، الجريدة الرسمية العدد 1476، الصادر 28 اوت 1986.
- 19- القانون رقم 13-8 المؤرخ في 30 ديسمبر 2013 المتضمن قانون المالية سنة 2014.
- 20- المرسوم التنفيذي رقم 06-355، المؤرخ في 09-10-2006 المتعلق بصلاحيات المجلس الوطني للاستثمار وتشكيلته وتنظيمه وسيره، الجريدة الرسمية 64، الصادر في 11-10-2006.
- 21- المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بتطوير وترقية الاستثمار في الجزائر.
- 22- المرسوم التنفيذي 02-115 المؤرخ في 03 أبريل 2002، الجريدة الرسمية، العدد 22، 2002.
- 23- المرسوم التنفيذي رقم 07-339 المؤرخ في 31 أكتوبر 2007، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. العدد 70، الصادرة بتاريخ 5 نوفمبر 2007.
- 24- المرسوم التنفيذي رقم 94-319، المؤرخ في 17 أكتوبر 1994، المتضمن صلاحيات وتنظيم وسير وكالة ترقية الاستثمارات ودعمها ومتابعتها، الجريدة الرسمية العدد 67، الصادرة في 1994.
- 25- المرسوم التنفيذي رقم: 96-141، المؤرخ في: 20 أبريل 1996، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال والثقافة، الجريدة الرسمية، العدد 25، الصادرة في: 21 افريل 1996.
- 26- المرسوم رقم 90-05 المؤرخ في 19 فيفري 1990.
- 27- المملكة المغربية، القرار رقم 327- 67 المؤرخ في 04 جويلية 1967 الجريدة الرسمية رقم 856 المؤرخ في 28 جويلية 1967.

Les Ouvrages

➤ **Les livres :**

1. Jean-Louis Barma, " **Marketing du tourisme et de l'hôtellerie**", troisièm édition, édition d'organisation, paris(france) 2004.
2. Jean Pierre, Lozato giotart, Michel balfet, " **Management du tourisme -Territoires, systèmes de production et strategies**", 2eme édition, Pearson Education , paris(France) , 2007.
3. Christopher W.L.Hart, James L.Heskett and W.Earl Sasser " **The Profitable art of Service Recovery**", Harvard Business Review,USA, (1990)
4. Morrison. Alastair, **the tourism system** , prentice, Hall edition,Nez York(USA), 1985.
5. Haiyan Song, " **The Advanced Econometrics Of Tourism Demand**", Published by Routledge, First Publication, 2009.
6. Leurent BOTTI-Nicolas PEYPOCH –Bernardin SOLONANDRASANA, " **Ingénierie du tourisme concepts, méthodes, application** " , groupe DE BOECK, 1ère édition , France, 2008 .
7. Pierre Py, " **Le Tourisme un Phénomène Economique**", les études de la documentation française, France, 2003.

➤ **les revues:**

1. Breda Zélia,. **The Impact of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) on China's Tourism Sector in Tourism**, Research Journal, 1(2), 2004.
2. Schneider F and Frey B " **Economic and Political Determinates of FDI**", journal of Word development, volume13, 1985.
3. Joan C. Henderson, **Tourism in Dubai: Overcoming Barriers o Destination Development**, INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com) DOI: 10.1002/jtr.557, 2006

➤ **Les Rapports**

1. Atkinson, D. P, " **THE Concept Of Sustainable Development**", . Centre for Social and Economic Research on the Global Environmen, (2002).
2. Christine R, " **le tourisme**", publication universitaires D'études européennes, Suisse,
3. Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information n°33, Nov 2018.
4. European Commission Report Brussels, " **The Economics of Ecosystems and Biodiversity**", 2008.
5. GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS, **The World Travel & Tourism Council 2020**, 2020.
6. International Labour Organization, " **Cataloguing in Publication Data Toolkit on poverty reduction through tourism**", Second edition, Geneva(Swiss), 2013.
7. International Labour Organization, " **Cataloguing in PublicationData Toolkit on poverty reduction through tourism**", Second edition, 2013.
8. Martin Moodie, " **The Iraq Crisis – Global Travel Retail Updates**", The Moodie Report, 2 July 2003

9. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien.
10. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, "SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre2: Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires,2008.
11. Ministère de tourisme , sept sites algériens figurent patrimoine culturel de l'Unesco 2005.
12. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et du Travail Familial, Directions du tourisme, Période 2015-2020.
13. OECD, "Tourism Trends and Policies2020", Key Findings, june 2020.
14. Rapport des Nations Unies, Lencyclopédie du Développement Durable, N° 185 Mars 2013.
15. UNCTAD, " Investing in sustainable Recovery", World Investment Report 2021, UNITED NATION, Geneva, 2021.
16. UNEP," Lencyclopédie du Développement Durable", Rapport des Nations Unies N° 185 Mars 2013.
17. United Nation World Tourism Organization, Tourism Highlights 2016, Edition 2016.
18. Uruguay round, "Find ACT", Marrakech (Morocco), 15April 1994.
19. WHA 56, "FIFTY-SIXTH WORLD HEALTH ASSEMBLY", Agenda item, 28 May 2003.
20. World Bank Gpoup, World Development Indicators 2016.
21. World Economic Forum ,"The Travel & Tourism Competitiveness Report", Geneva(Suisse), 2015.
22. World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2019.
23. World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Towards 2030 / Global Overview, October 2011.
24. WTTC Reports, "The potential impact of an Iraq war on Travel & Tourism", 13 March 2003.

Sites Internet:

-منظمة السياحة العالمية، " الكتاب السنوي للإحصاءات السياحية"، موجز الإحصاءات السياحية وملفات البيانات، على الرابط:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.TRNR.CD> consulter le : 24 /09/2017

-فوزي سعيد الجدية، الجغرافيا السياحية، الجامعة الاسلامية بغزة، 2018-2019، ص4-5 ، على الرابط:

<https://almerja.com/reading.php?i=1&ida=1860&id=1845&idm=33527>

-ابتسام حاوشين، "السياحة المستدامة في بعض الدول العربية"، الحوار المتمدن، العدد 6319 ، 2019، على الرابط:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=646383&r=0>, consulter le 11 - 07 - 2020

-كينيا أبرز وجهات محبي السفاري والاستكشاف والمغامرات، العين الاخبارية ، 24 12 2018، على الرابط:

<https://al-ain.com/article/kenya-world-safaris-beaches> consulter le 14/ 7 /2020

قائمة المراجع

- الوزارة المنتدبة المكلفة بالصناعات التقليدية ،أفريل 2018، على الرابط:
<https://marsadz.com> consulter le: 02/06/2021
- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، الفلاحة في المناطق الجبلية، على الرابط:
<http://madrp.gov.dz/ar> consulter le 11/10/2021
- سميحة ناصر خليف، مقومات السياحة في المغرب، 21 نوفمبر 2018، على الرابط:
<https://mawdoo3.com>, consulter le 06-07-2021
- المملكة المغربية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، الايواء السياحي، على الموقع:
<https://mtataes.gov.ma/ar/metiers-touristiques-ar/hebergement-touristique> consulter le 08-07-2021
- المملكة المغربية، وزارة الطاقة والمعادن والبيئة- قطاع البيئة- الميثاق الوطني للبيئة والتنمية المستدامة، على الموقع:
<https://www.environnement.gov.ma/ar/strategies-programmes-ar>, consulter le: 12-06-2021.
- حنان فوزي، مساحة الإمارات وعدد سكانها في الوقت الحالي، 23 يوليو 2019، على الموقع:
<https://www.mosoah.com/references/archives> consulter le 19-05-2021
- وزارة شؤون الرئاسة، الأرشيف الوطني، حضارة دولة الإمارات العربية المتحدة، على الرابط:
<https://www.na.ae/ar/education/historicalperiods/civilization.aspx> consulter le 16-07-2021.
- منظمة الصحة العالمية، فيروس كورونا (كوفيد-19)، على الموقع الإلكتروني للمنظمة:
<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>, consulter le 15/01/2021.
- وزارة الأشغال العمومية والنقل، أوت 2020، الموقع الرسمي :
<http://www.mtp.gov.dz> consulter le 11/03/2021
- ايكو الجيريا، الحكومة تقرر الغاء المجلس الوطني للاستثمار وتوسيع مهام وكالة تطوير الاستثمار، 21 فيفري 2021، على الموقع:
<https://www.eco-algeria.com/content> consulter le 16-04-2021
- البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة، مستقبل الدولة، على الموقع:
<https://www.tdra.gov.ae/ar/media-hub/press-releases//the-official-uae-government-portal-presents-the-future-of-the-uae-until-2117.aspx>, consulter le 10-08-2021
- دائرة السياحة والتسويق التجاري دبي، "دبي للسياحة"، حجم السياح بدبي، فيفري 2020، على الرابط:
<https://dubaicareers.ae/ar/employers/pages/Information.aspx?ID=14> consulter le 25-07-2021
- Agence Nationale de Règlementation des Télécommunications, **Analyse de l'évolution des secteur des telecommunications au Maroc**, Mars2020. Sur e site: https://www.anrt.ma/sites/default/files/publications/2020_t1_memo.pdf , consulter le: 09-07-2021
- La Loi sur le développement durable, **Les principes Développement durable, Environnement et Parcs, Québec** , chapitre 2, Article 6, sur le site:

<http://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/principe.htm> consulter le: 22/06/2020

- Povcal Net, World Development Indicators, World Economic Outlook, Global Economic Prospects.

- UNWTO: **Tourism and the Sustainable Development Goals**, 2015.

https://www.ajlounnews.net/index.php?module=participations&c_id=&id=1169co
nsulter le 12/04/2020.

- Kenya - **Tourism, travel and recreation**, on the site:

<https://www.nationsencyclopedia.com/Africa/Kenya-TOURISM-TRAVEL-AND-RECREATION.htm> consulter le : 13 / 07 / 2020

- Itai Madamombe, **Tourisme responsable au Kenya**, Octobre 2006 sur le site: <https://www.un.org/africarenewal/fr/magazine/october-2006/tourisme-responsable-au-Kenya> consulter 14/7/2020

- Sustainable tourism initiatives, on the site:

<https://www.lakedistrict.gov.uk/learning/factstourism/sustainable-tourism/sustainable-tourism-initatives>, consulter le 22-07-2020.

- OPEL : **Chez Nous, en Europe et dans le Monde**, sur le site:

<https://www.opel.fr/a-propos-d-opel/implantations.html> consulter le 07/11/2020.

- Wedgwood collection 'saved for nation' sur le site <https://www.bbc.com/news/uk-england-stoke-staffordshire-29460282> consulter le 07/11/ 2020.

- Visiting Sony Wonder Tech Lab, sur le site:

<https://mythesisprocess.wordpress.com/2015/02/17/visiting-sony-wonder-tech-lab/>
consulter le 18/11/ 2020.

- Robert Frank, "**Waldorf becomes most expensive hotel ever sold 1,95 billion**", on the site

<https://web.archive.org/web/20150626115740/http://www.cnbc.com/id/102062617>
consulter le 02-07- 2020

- CNTA (2003 April 29), "**China Takes Substantial Measures Against SARS [online], China National Tourism Administration**", Available from :
http://www.cnta.com/lyen/gl/1_view.asp?id=3333 consulter le:05/01/2021

- WTO , "**WTO Warns Against Over reaction to SARS, Calls for Objectiveness and Cooperation**" ,8 May 2003, on the site: <http://www.world-tourism.org/newsroom/Releases/2003/May/sars.htm>, consulter le:10/01/2021

- People's Daily (2003 June 1a) Beijing Striving to Revive Tourism. People's Daily [online]. Available from:
http://english.peopledaily.com.cn/200306/01/eng20030601_117542.shtml, consulter le:10/01/2021

- The New York Times, **Corona virus World Map: Tracking the Global Outbreak**, January 7, 2021, in the site

<https://www.nytimes.com/interactive/2020/world/coronavirus-maps.html> consult the 7-01-2021

- Statistics and Research, **Coronavirus Pandemic (COVID-19)**, January 6, 2021, in the site: <https://ourworldindata.org/coronavirus> consulter le :08-01-2021.

- WORLD BANK BLOGS, **The impact of COVID-19 in 12 charts**, 14 12 2020, in the site: <https://blogs.worldbank.org/voices/2020-year-review-impact-covid-19-12-charts>, consulter le 22/01/2021.
- Alaae Sbai, **How COVID-19 Impacted Travel & Tourism Industry Globally**, September 28, 2020, in the site: <https://infomineo.com/covid-19-impacted-travel-tourism-industry/> consult the 11/01/2021
- ENTREPRISES ET CLIENTÈLES, **Dossier - L'impact de l'épidémie de Covid-19 sur le secteur aérien**, Publié le 8 janvier 2021, sur le site : <https://www.veilleinfotourisme.fr/entreprises-et-clienteles/transports/>., consulter le 09/01/2021.
- UNWTO, WORLD TOURISM ORGANIZATION, **impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism** ,march 5,2020, in the site: <https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19-> consulter le 12/01/2021-
- Travel Mole, **US airline 2020 losses will top USD35 billion**, Published on Monday, January 4, 2021, in the site : https://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=2045605, consult the 09/01/2021.
- François Duclos, **Connectivité : les aéroports européens les plus impactés dans le monde**, Publié le 3 janvier 2021, sur le site: <https://www.air-journal.fr/2021-01-03-connectivite-les-aeroports-europeens-les-plus-impactes-dans-le-monde-5225066.htm>, consulter le: 16/01/2021.
- ABD BRIES, "**reviving-tourism-amid-covid-19-pandemic.pdf**", septembre 2020, p 5-10, in the site: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/633726/reviving-tourism-amid-covid-19-pandemic.pdf>, consulter le 19/02/2021.
- Helble.. **Two Ways to Revive Tourism in Asia and the Pacific**, Asian Development Blog. 5 August2020
- WORLD ECONOMIC FOUM, **these-6-strategies-can-help-tourism-recover-in-latin-america**,15/10/2020 in the site <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/15these-6-strategies-can-help-tourism-recover-in-latin-america-df689974cd/> consult the 13/01/2021
- WORLD BANK BLOGS, **We can't travel, but we can take measures to preserve jobs in the tourism industry**, march 20,2020 , in the site: <https://blogs.worldbank.org/voices/we-cant-travel-we-can-take-measures-preserve-jobs-tourism-industr>, consulter le 16/02/2021.
- World Bank Group, **Doing Business 2020, Comparing Business Regulation in 190 Economies**, in the site: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf?sequence=24&isAllowed=y>, consulter le 13-05-2020.
- Khaleej time,, **new-hotel-rooms**, May 20- 2019 , in the site: <https://www.khaleejtimes.com/uae-set-to-add-56701-new-hotel-rooms-by-2020>, consulter le 18-05-2021, in the site:

-Deena Kamel, **UAE records world's second-highest hotel occupancy rate in 2020**, April 10,2020, sur le site:

<https://www.thenationalnews.com/business/travel-and-tourism/> consulter le 20-05-2021

-Top Shipping Companies in UAE, in the site:

<https://www.goodfirms.co/supply-chain-logistics-companies/shipping/uae>, consulter le 22-07-2021

-United Arab Emirates, **Country Commercial Guide**, 12 09 2020, in the site/

<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-arab-emirates-aviation>, consulter le 22-07-2021

-Wikipedia, **the free encyclopedia**, **Tourism in the United Arab Emirates**, in the site:https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_the_United_Arab_Emirates, cosulter le 09-08-2021

-Organisation De La Coopération Islamique, **Le Tourisme International Dans Les Pays De L'oci:Perspectives Et Défis**, 2020.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): مساهمة السياحة والسفر في إجمالي الناتج المحلي GDP وإنفاق السياح سنني 2020 و 2019

Travel & Tourism total contribution to GDP, 2019 and 2020

Total contribution to GDP (in USD, real 2020 prices and exchange rates, billions):

2019	USD bn	2020	USD bn
1 United States	1,869.7	1 United States	1,103.7
2 China	1,665.6	2 China	667.2
3 Germany	393.1	3 Japan	234.9
4 Japan	373.0	4 Germany	208.8
5 United Kingdom	305.0	5 Italy	132.2
6 Italy	269.8	6 France	123.2
7 France	240.5	7 India	121.9
8 Spain	202.1	8 United Kingdom	115.0
9 India	191.3	9 Mexico	91.2
10 Mexico	175.6	10 Australia	81.4
11 Australia	149.1	11 Brazil	78.0
12 Brazil	115.7	12 Spain	75.4
13 Canada	111.6	13 Netherlands	64.6
14 Thailand	106.5	14 Philippines	52.8
15 Netherlands	101.6	15 Canada	52.4
16 Philippines	90.0	16 Saudi Arabia	48.5
17 Saudi Arabia	79.2	17 Thailand	41.7
18 Turkey	77.6	18 Russia	40.1
19 Russia	75.5	19 South Korea	39.9
20 South Korea	73.2	20 Switzerland	36.8

Domestic visitor spending, 2019 and 2020

Domestic T&T expenditure (in USD, real 2020 prices and exchange rates, billions):

2019	USD bn	2020	USD bn
1 United States	1,026.0	1 United States	645.6
2 China	836.2	2 China	328.0
3 Germany	323.4	3 Germany	170.5
4 Japan	212.6	4 Japan	148.3
5 United Kingdom	205.5	5 India	97.1
6 Italy	163.0	6 Italy	82.1
7 India	140.1	7 United Kingdom	75.6
8 France	131.8	8 Mexico	68.2
9 Mexico	131.0	9 France	66.2
10 Australia	80.9	10 Brazil	48.8
11 Brazil	75.7	11 Australia	47.7
12 Spain	68.4	12 Netherlands	43.4
13 Netherlands	65.8	13 Philippines	41.5
14 Philippines	64.4	14 Spain	33.7
15 Canada	61.6	15 Canada	30.2
16 Russia	37.9	16 Switzerland	22.3
17 Switzerland	27.4	17 Russia	21.3
18 Thailand	27.3	18 Thailand	19.6
19 South Korea	26.8	19 South Korea	17.7
20 Iran	25.1	20 Argentina	16.1

Source: GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS2020, The World Travel & Tourism Council 2020, June 2021.

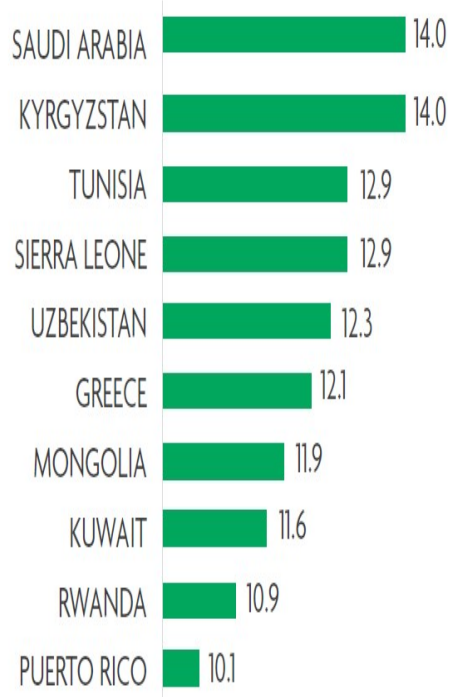
الملحق رقم (02): مساهمة السياحة في إجمالي الناتج المحلي GDP لـ 15 دولة في العالم

FIGURE 6: TOP 15 LARGEST COUNTRIES IN TERMS OF TRAVEL & TOURISM GDP CONTRIBUTION

	T&T CONTRIBUTION TO GDP, 2019 (US\$ BN)	T&T GDP GROWTH 2019 (%)**	DOMESTIC SPEND % OF TOTAL, 2019	INTERNATIONAL SPEND % OF TOTAL, 2019	LEISURE SPEND % OF TOTAL, 2019	BUSINESS SPEND % OF TOTAL, 2019
1 UNITED STATES	1,839	2.3	84	16	70	30
2 CHINA	1,585	9.3	86	14	81	19
3 JAPAN	359	1.6	81	19	69	31
4 GERMANY	347	1.8	86	14	83	17
5 ITALY	260	2.2	76	24	81	19
6 UNITED KINGDOM	254	1.3	83	17	67	33
7 FRANCE	229	1.9	66	34	80	20
8 SPAIN	198	1.8	44	56	89	11
9 MEXICO	196	1.8	85	15	94	6
10 INDIA	194	4.9	83	17	94	6
11 AUSTRALIA	150	0.8	78	22	83	17
12 BRAZIL	140	3.0	94	6	89	11
13 CANADA	108	2.7	76	24	65	35
14 THAILAND	107	1.8	29	71	90	10
15 PHILIPPINES	91	8.6	85	15	66	34

**Growth highlighted in green when it is above global T&T GDP growth of 3.5%

FIGURE 7: FASTEST GROWING LARGER COUNTRIES AND ECONOMIES IN TRAVEL & TOURISM GDP 2019



Source: GLOBAL ECONOMIC IMPACT & TRENDS2020, The World Travel & Tourism Council 2020, June 2020.

الملحق رقم (03): مشاريع الاستثمار الأجنبي في الدول العربية سنة 2019



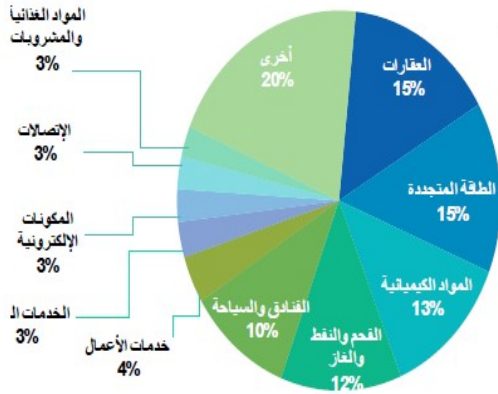
انحصر الاستثمار في قطاع العقار تقريباً في ثلاث دول عربية هي: مصر والسعودية والإمارات بقيمة 7.1 و 1.3 و 0.6 مليار دولار على التوالي.

مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية حسب عدد المشاريع 2019

القطاع	عدد المشاريع	التغير %
خدمات الأعمال	156	59.2%
الخدمات المالية	133	52.9%
خدمات البرمجيات وتكنولوجيا المعلومات	97	26.0%
المنسوجات	57	-27.8%
الفنادق والسياحة	55	48.6%
الاتصالات	54	-6.9%
النقل والتخزين	50	22.0%
المنتجات الاستهلاكية	47	-33.8%
المواد الغذائية والمشروبات	47	4.4%
العقارات	44	51.7%
أخرى	352	37.5%
الإجمالي	1,092	24.4%

مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية حسب التكلفة 2019

التوزيع القطاعي للاستثمار الأجنبي المباشر الوارد إلى الدول العربية 2019



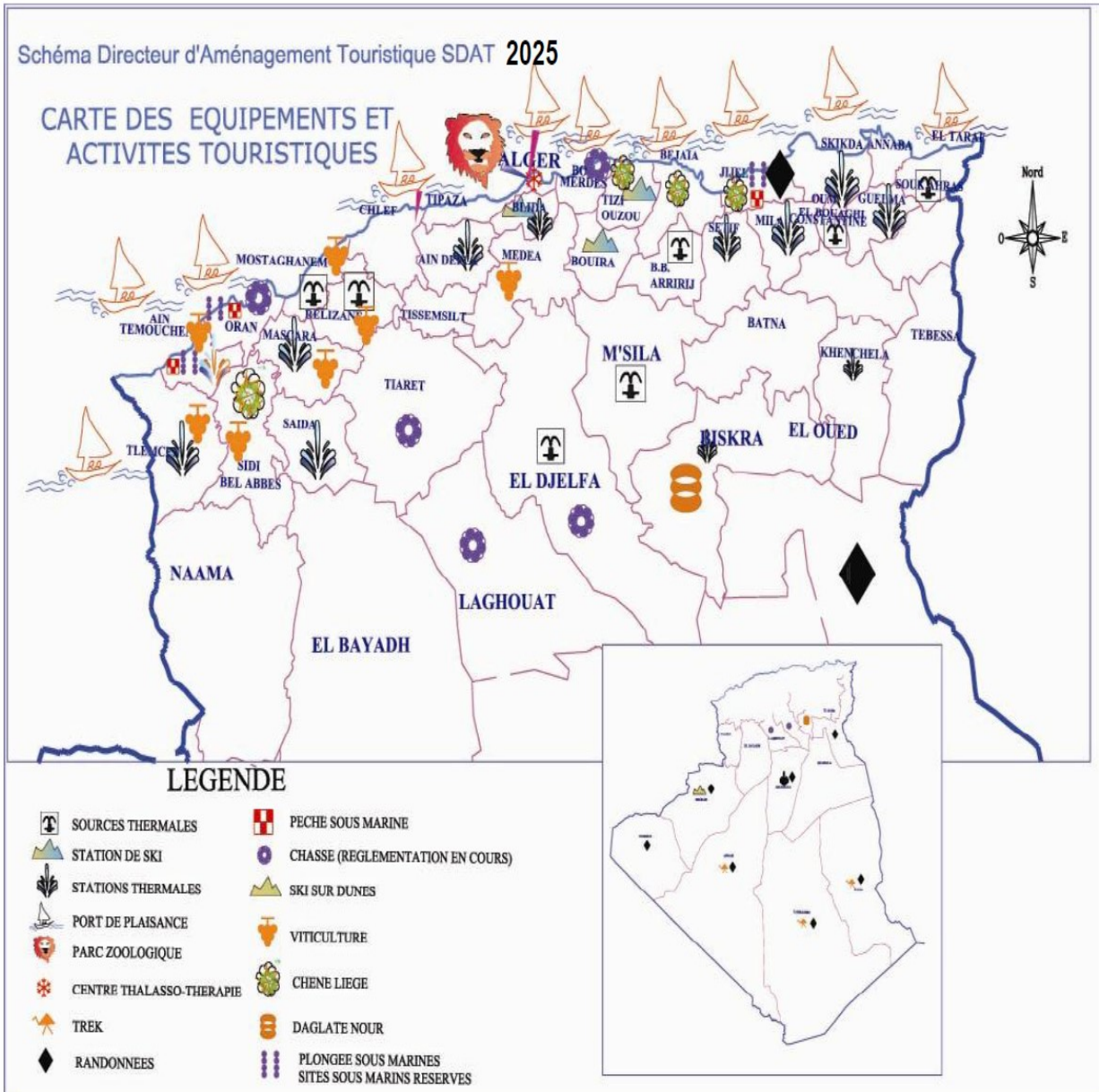
القطاع	التكلفة (مليون \$)	% من الإجمالي
العقارات	8,975	14.9%
الطاقة المتجددة	8,755	14.5%
المواد الكيميائية	7,613	12.6%
الفحم والنفط والغاز	7,266	12.1%
الفنادق والسياحة	6,207	10.3%
خدمات الأعمال	2,448	4.1%
الخدمات المالية	1,799	3.0%
المكونات الإلكترونية	1,679	2.8%
الاتصالات	1,679	2.8%
المواد الغذائية والمشروبات	1,554	2.6%
أخرى	12,234	20.3%
الإجمالي	60,208	

المصدر: fDI Markets

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2020.

الملحق رقم (03): المنشآت السياحية القديمة في الجزائر

V.4.2. Des équipements touristiques obsolésents ou en recul

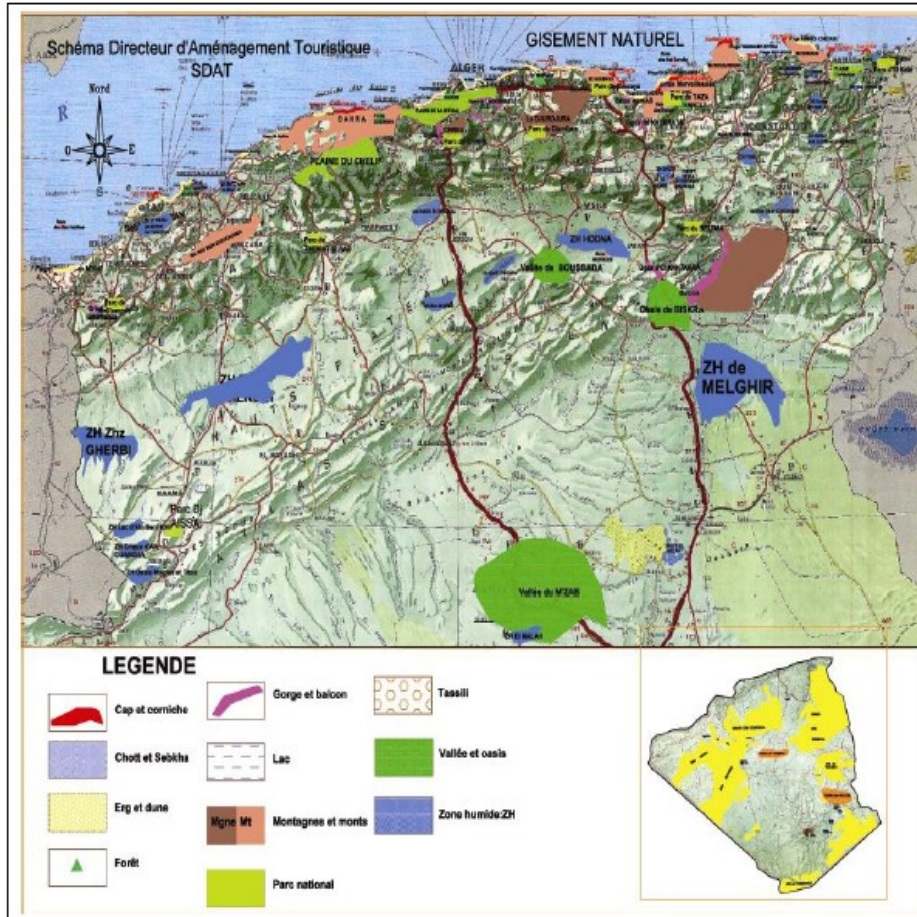


Des équipements touristiques obsolètes: balnéaires, oasiens, thermaux.

Source :SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025",
Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien,2008.

الملحق رقم (04): المواقع الطبيعية والثقافية في الجزائر

V.4.1 - Un gisement naturel et culturel exceptionnel et contrasté



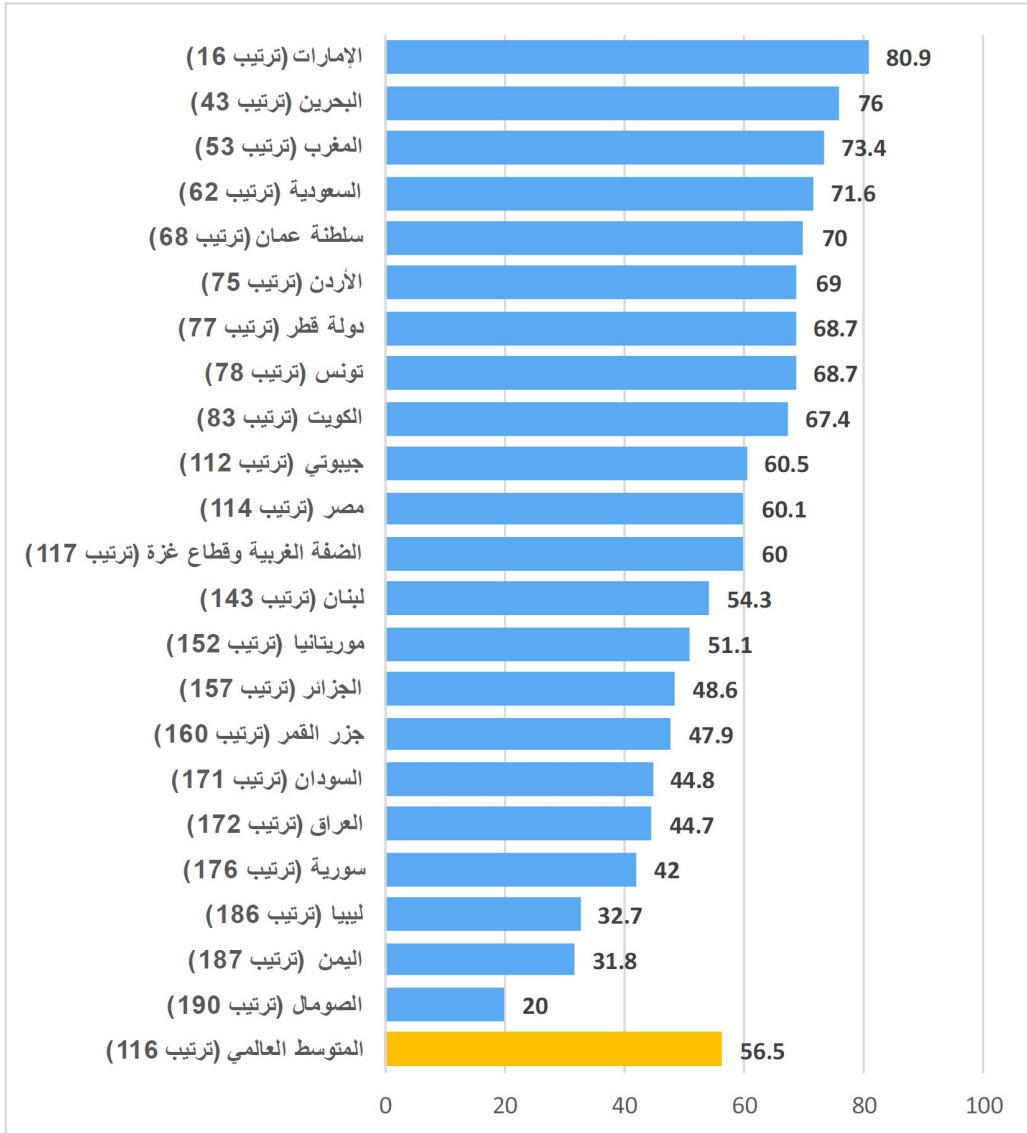
L'Algérie, pays avec 2,38 millions de km² recèle de multiples facettes allant du littoral, des montagnes de l'Atlas, des steppes des Hauts Plateaux, aux Suds avec le Hoggar, le Tassili-N'Ajjer, le Bas Sahara, le Touat Gourara....

Mais globalement les sites sont peu mis en valeur

Source :SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien,2008.

الملحق رقم (05): ترتيب اقتصاديات الدول العربية حسب مؤشر سهولة ممارسة الأعمال سنة 2020

كيف تصنف الاقتصادات في الدول العربية حسب سهولة ممارسة الأعمال 2020



يتم قياس سهولة ممارسة الأعمال في الاقتصاد بحجم الفجوة بين أداء ذلك الاقتصاد مع أفضل أداء تم رصده في كل المؤشرات وذلك لجميع الاقتصادات المدرجة في مؤشر ممارسة الأعمال منذ عام 2005. ويتم اعتماد مقياس من 0 إلى 100، حيث يمثل 0 أدنى أداء و100 أفضل أداء. ويتم ترتيب الدول المدرجة في مؤشر سهولة ممارسة الأعمال من (1 وهو الأفضل أداء إلى 190 وهو الأسوأ أداء)

المصدر: Fitch Solutions and Doing Business database, doingbusiness.org.

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، "تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية"، 2020.

الملحق رقم (06): ترتيب الدول في مؤشرات تنافسية السياحة والسفر عام

2017

Table 1: The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017 Ranking

Country/Economy	Rank	Score	Change since 2015	Country/Economy	Rank	Score	Change since 2015
Spain	1	5.43	0	Jamaica	69	3.71	7
France	2	5.32	0	Georgia	70	3.70	1
Germany	3	5.28	0	Azerbaijan	71	3.70	13
Japan	4	5.26	5	Montenegro	72	3.68	-5
United Kingdom	5	5.20	0	Trinidad and Tobago	73	3.67	-4
United States	6	5.12	-2	Egypt	74	3.64	9
Australia	7	5.10	0	Jordan	75	3.63	2
Italy	8	4.99	0	Dominican Republic	76	3.62	5
Canada	9	4.97	1	Uruguay	77	3.61	-4
Switzerland	10	4.94	-4	Bhutan	78	3.61	9
Hong Kong SAR	11	4.86	2	Philippines	79	3.60	-5
Austria	12	4.86	0	Kenya	80	3.59	-2
Singapore	13	4.85	-2	Kazakhstan	81	3.59	4
Portugal	14	4.74	1	Namibia	82	3.59	-12
China	15	4.72	2	Cape Verde	83	3.55	3
New Zealand	16	4.68	0	Armenia	84	3.53	5
Netherlands	17	4.64	-3	Botswana	85	3.52	3
Norway	18	4.64	2	Guatemala	86	3.51	-6
Korea, Rep.	19	4.57	10	Tunisia	87	3.50	-8
Sweden	20	4.55	3	Ukraine	88	3.50	n/a
Belgium	21	4.54	0	Macedonia, FYR	89	3.49	-7
Mexico	22	4.54	8	Honduras	90	3.49	0
Ireland	23	4.53	-4	Tanzania	91	3.45	2
Greece	24	4.51	7	Nicaragua	92	3.44	0
Iceland	25	4.50	-7	Iran, Islamic Rep.	93	3.43	4
Malaysia	26	4.50	-1	Lao PDR	94	3.40	2
Brazil	27	4.49	1	Serbia	95	3.38	0
Luxembourg	28	4.49	-2	Lebanon	96	3.37	-2
United Arab Emirates	29	4.49	-5	Rwanda	97	3.36	1
Taiwan, China	30	4.47	2	Albania	98	3.35	8
Denmark	31	4.43	-4	Bolivia	99	3.34	1
Croatia	32	4.42	1	Kuwait	100	3.33	3
Finland	33	4.40	-11	Cambodia	101	3.32	4
Thailand	34	4.38	1	Mongolia	102	3.31	-3
Panama	35	4.37	-1	Nepal	103	3.28	-1
Malta	36	4.25	4	Venezuela	104	3.28	6
Estonia	37	4.23	1	El Salvador	105	3.28	-14
Costa Rica	38	4.22	4	Uganda	106	3.20	8
Czech Republic	39	4.22	-2	Tajikistan	107	3.18	12
India	40	4.18	12	Zambia	108	3.18	-1
Slovenia	41	4.18	-2	Côte d'Ivoire	109	3.16	8
Indonesia	42	4.16	8	Paraguay	110	3.15	3
Russian Federation	43	4.15	2	Senegal	111	3.14	1
Turkey	44	4.14	0	Gambia, The	112	3.12	-3
Bulgaria	45	4.14	4	Bosnia and Herzegovina	113	3.12	n/a
Poland	46	4.11	1	Zimbabwe	114	3.11	1
Qatar	47	4.08	-4	Kyrgyz Republic	115	3.10	1
Chile	48	4.06	3	Ethiopia	116	3.10	2
Hungary	49	4.06	-8	Moldova	117	3.09	-6
Argentina	50	4.05	7	Algeria	118	3.07	5
Peru	51	4.04	7	Gabon	119	3.06	5
Cyprus	52	4.02	-16	Ghana	120	3.04	0
South Africa	53	4.01	-5	Madagascar	121	2.99	0
Latvia	54	3.97	-1	Mozambique	122	2.91	8
Mauritius	55	3.92	1	Malawi	123	2.91	3
Lithuania	56	3.91	3	Pakistan	124	2.89	1
Ecuador	57	3.91	n/a	Bangladesh	125	2.89	2
Barbados	58	3.91	-12	Cameroon	126	2.88	-4
Slovak Republic	59	3.90	2	Benin	127	2.84	n/a
Bahrain	60	3.89	0	Lesotho	128	2.84	1
Israel	61	3.84	11	Nigeria	129	2.82	2
Colombia	62	3.83	6	Mali	130	2.78	-2
Saudi Arabia	63	3.82	1	Sierra Leone	131	2.69	1
Sri Lanka	64	3.81	-1	Mauritania	132	2.64	5
Morocco	65	3.81	-3	Congo, Democratic Rep.	133	2.64	n/a
Oman	66	3.78	-1	Burundi	134	2.57	1
Vietnam	67	3.78	8	Chad	135	2.52	6
Romania	68	3.78	-2	Yemen	136	2.44	2

Source: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017.

الملحق رقم (07): ترتيب الدول في مؤشرات تنافسية السياحة والسفر عام 2019

T&T Competitiveness Index 2019 Overall Rankings

Covering 140 economies, the Travel & Tourism Competitiveness Index measures the set of factors and policies that enable the sustainable development of the travel and tourism sector, which contributes to the development and competitiveness of a country.

Rank	Economy	Score ¹	Rank	Score ²	Change since 2017	Diff. from Global Avg. (%)
1	Spain	5.4	0	0.3		41.4
2	France	5.4	0	1.5		40.4
3	Germany	5.4	0	2.0		40.0
4	Japan	5.4	0	2.1		39.6
5	United States	5.3	1	2.6		36.6
6	United Kingdom	5.2	-1	-0.2		34.9
7	Australia	5.1	0	0.8		33.6
8	Italy	5.1	0	1.9		32.2
9	Canada	5.1	0	1.6		31.3
10	Switzerland	5.0	0	1.5		30.4
11	Austria	5.0	1	2.0		28.8
12	Portugal	4.9	2	3.2		27.2
13	China	4.9	2	3.2		26.7
14	Hong Kong SAR	4.8	-3	-1.1		25.1
15	Netherlands	4.8	2	3.2		24.5
16	Korea, Rep.	4.8	3	4.7		24.3
17	Singapore	4.8	-4	-2.0		23.7
18	New Zealand	4.7	-2	1.4		23.4
19	Mexico	4.7	3	3.4		21.9
20	Norway	4.6	-2	-1.0		19.4
21	Denmark	4.6	10	3.4		19.1
22	Sweden	4.6	-2	0.2		18.6
23	Luxembourg	4.6	5	1.4		18.4
24	Belgium	4.5	-3	0.1		18.2
25	Greece	4.5	-1	0.9		18.1
26	Ireland	4.5	-3	0.3		18.0
27	Croatia	4.5	5	2.4		17.6
28	Finland	4.5	5	2.7		17.4
29	Malaysia	4.5	-3	0.4		17.3
30	Iceland	4.5	-5	0.0		17.0
31	Thailand	4.5	3	2.6		16.9
32	Brazil	4.5	-5	-0.8		15.8
33	United Arab Emirates	4.4	-4	-1.3		15.3
34	India	4.4	6	5.7		14.9
35	Malta	4.4	1	2.4		13.3
36	Slovenia	4.3	5	3.9		13.0
37	Taiwan, China	4.3	-7	-3.0		12.6
38	Czech Republic	4.3	1	2.5		12.5
39	Russian Federation	4.3	4	4.0		12.2
40	Indonesia	4.3	2	2.8		11.0
41	Costa Rica	4.3	-3	1.0		10.9
42	Poland	4.2	4	2.9		10.0
43	Turkey	4.2	1	2.0		9.8
44	Cyprus	4.2	8	4.8		9.6
45	Bulgaria	4.2	0	1.8		9.5
46	Estonia	4.2	-9	-0.7		9.1
47	Panama	4.2	-12	-4.0		9.0
48	Hungary	4.2	1	3.4		9.0
49	Peru	4.2	2	3.1		8.3
50	Argentina	4.2	0	2.5		7.9
51	Qatar	4.1	-4	1.5		7.5
52	Chile	4.1	-4	0.9		6.6
53	Latvia	4.0	1	1.8		5.0
54	Mauritius	4.0	1	2.3		4.2
55	Colombia	4.0	7	4.7		4.2
56	Romania	4.0	12	5.7		3.7
57	Israel	4.0	4	3.6		3.5
58	Oman	4.0	8	5.1		3.4
59	Lithuania	4.0	-3	1.5		3.3
60	Slovak Republic	4.0	-1	2.0		3.3
61	South Africa	4.0	-8	-0.8		3.2
62	Seychelles	3.9	n/a	n/a		2.1
63	Viet Nam	3.9	4	3.4		1.7
64	Bahrain	3.9	-4	0.4		1.5
65	Egypt	3.9	9	7.0		1.3
66	Morocco	3.9	-1	2.2		1.2
67	Montenegro	3.9	5	5.6		1.1
68	Georgia	3.9	2	4.7		0.7
69	Saudi Arabia	3.9	-6	1.4		0.7
70	Ecuador	3.9	-13	-1.2		0.4
71	Azerbaijan	3.8	0	2.7		-1.3
72	Brunei Darussalam	3.8	n/a	n/a		-1.7
73	Dominican Republic	3.8	3	4.2		-1.9
74	Uruguay	3.8	3	4.2		-2.1
75	Philippines	3.8	4	4.2		-2.5
76	Jamaica	3.7	-7	0.9		-2.6
77	Sri Lanka	3.7	-13	-2.3		-3.2
78	Ukraine	3.7	10	6.5		-3.2
79	Armenia	3.7	5	5.2		-3.6
80	Kazakhstan	3.7	1	2.2		-4.6
81	Namibia	3.7	1	2.2		-4.7
82	Kenya	3.6	-2	1.0		-5.7
83	Serbia	3.6	12	7.2		-5.7
84	Jordan	3.6	-9	-1.2		-6.7
85	Tunisia	3.6	2	2.4		-6.8
86	Albania	3.6	12	6.9		-6.8
87	Trinidad and Tobago	3.6	-14	-2.4		-6.9
88	Cape Verde	3.6	-5	0.0		-7.7
89	Iran, Islamic Rep.	3.5	4	3.4		-7.9
90	Bolivia	3.5	9	4.7		-9.1
91	Nicaragua	3.5	1	1.6		-9.2
92	Botswana	3.5	-7	-1.2		-9.6
93	Mongolia	3.5	9	4.8		-9.8
94	Honduras	3.5	-4	-0.9		-10.2
95	Tanzania	3.4	-4	-0.5		-10.8
96	Kuwait	3.4	4	2.7		-11.1
97	Lao PDR	3.4	-3	0.4		-11.2
98	Cambodia	3.4	3	2.4		-11.8
99	Guatemala	3.4	-13	-3.2		-11.8
100	Lebanon	3.4	-4	0.3		-12.1
101	North Macedonia	3.4	-12	-3.8		-12.7
102	Nepal	3.3	1	1.9		-13.0
103	Moldova	3.3	14	6.4		-14.5
104	Tajikistan	3.3	3	3.1		-14.6
105	Bosnia and Herzegovina	3.3	8	5.2		-14.7
106	Senegal	3.3	5	3.8		-15.2
107	Rwanda	3.2	-10	-3.4		-15.5
108	El Salvador	3.2	-3	-1.3		-16.0
109	Paraguay	3.2	1	2.7		-16.0
110	Kyrgyz Republic	3.2	5	4.1		-16.0
111	Gambia, The	3.2	1	3.4		-16.1
112	Uganda	3.2	-6	-0.3		-17.0
113	Zambia	3.2	-5	-0.6		-17.8
114	Zimbabwe	3.2	0	1.2		-18.0
115	Ghana	3.1	5	3.5		-18.2
116	Algeria	3.1	2	2.5		-18.2
117	Venezuela	3.1	-13	-4.6		-18.6
118	Eswatini	3.1	n/a	n/a		-18.8
119	Côte d'Ivoire	3.1	-10	-1.6		-19.1
120	Bangladesh	3.1	5	7.3		-19.4
121	Pakistan	3.1	3	7.1		-19.5
122	Ethiopia	3.0	-6	-2.4		-21.4
123	Benin	3.0	4	6.3		-21.5
124	Lesotho	3.0	4	6.4		-21.5
125	Malawi	2.9	-2	0.7		-23.9
126	Guinea	2.9	n/a	n/a		-24.1
127	Mozambique	2.9	-5	0.0		-24.3
128	Cameroon	2.9	-2	0.7		-24.7
129	Nigeria	2.8	0	0.0		-26.8
130	Mali	2.8	0	0.8		-27.1
131	Sierra Leone	2.8	0	3.4		-27.6
132	Burkina Faso	2.8	n/a	n/a		-27.7
133	Haiti	2.8	n/a	n/a		-28.2
134	Angola	2.7	n/a	n/a		-28.9
135	Mauritania	2.7	-3	1.8		-30.2
136	Congo, Dem. Rep.	2.7	-3	1.4		-30.5
137	Burundi	2.7	-3	3.7		-30.9
138	Liberia	2.6	n/a	n/a		-32.2
139	Chad	2.5	-4	0.0		-34.4
140	Yemen	2.4	-4	-0.9		-37.2

● Asia-Pacific ● Europe and Eurasia ● The Americas ● Middle East and North Africa ● Sub-Saharan Africa

¹ Overall scores range from 1 to 7 where 1 = worst and 7 = best.
² Change in score is displayed as a percentage.

Source: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.

الملحق رقم (08): تأثير الجائحة على استثمارات أهداف التنمية المستدامة في العالم









Table	The pandemic impact on investment in SDGs: announced greenfield and project finance, change in value, 2019–2020 (Per cent)	
Infrastructure Transport infrastructure, power generation and distribution (except renewables), telecommunication	  	-54
Renewable energy Installations for renewable energy generation, all sources		-8
WASH Provision of water and sanitation to industry and households		-67
Health Investment in health infrastructure, e.g. new hospitals		-54
Food and agriculture Investment in agriculture, research, rural development		-49
Education Infrastructural investment, e.g. new schools		-35

Table	Announced greenfield projects in SDG sectors (Millions of dollars and per cent)							
	Developing and transition economies				LDCs			
SDG-relevant sector	Pre-pandemic trend ^a (%)	2019	2020	Pandemic impact ^b (%)	Pre-pandemic trend ^a (%)	2019	2020	Pandemic impact ^b (%)
Total								
Value	-5	137 192	92 266	-33	-8	12 711	9 808	-23
Number of projects	4	1 727	1 157	-33	-5	106	73	-31
Power^c								
Value	-23	18 144	10 571	-42	-32	1 480	3 446	133
Number of projects	-10	29	15	-48	-19	3	3	-
Renewable energy								
Value	-5	42 594	30 180	-29	-21	2 030	3 204	58
Number of projects	5	259	195	-25	-3	15	20	33
Transport services								
Value	9	27 115	11 221	-59	31	3 627	756	-79
Number of projects	2	347	196	-44	6	36	15	-58
Telecommunication^d								
Value	6	19 107	24 197	27	-34	255	1 896	642
Number of projects	4	322	250	-22	-32	6	20	233
Water, sanitation and hygiene (WASH)								
Value	4	1 894	598	-68	..	61	-	-100
Number of projects	4	19	7	-63	..	1	-	-100
Food and agriculture								
Value	-2	20 815	10 846	-48	19	4 703	408	-91
Number of projects	3	386	268	-31	-4	23	7	-70
Health								
Value	-6	6 252	3 840	-39	-15	419	77	-82
Number of projects	7	286	165	-42	4	14	5	-64
Education								
Value	12	1 271	812	-36	22	137	21	-85
Number of projects	3	79	61	-23	-3	8	3	-63

Source: UNCTAD, based on Financial Times Ltd, fDI Markets (www.fdimarkets.com).

^a Compound annual growth rate (CAGR) for 2015–2019.

^b Changes from 2019 to 2020.

^c Excluding renewable energy.

^d Including information services activities.

Source : UNCTAD, " **Investing in sustainable Recovery**", World Investment Report 2021,
UNITED NATION, Geneva, 2021.