



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



الموضوع:

مقومات جذب الاستثمار السياحي دراسة حالة ولاية بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

تحت اشراف الاستاذ

أ. د / حبة نجوى

من اعداد الطالبتين

مخلولة صباح

عزيزي اماني

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ تعليم عالي	- د/طيبة طاهري
بسكرة	مقررا	أستاذ تعليم عالي	- أ. د / حبة نجوى
بسكرة	مناقشا	أستاذ تعليم عالي	- / عز الدين بوطي

الموسم الجامعي: 2023-2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



الموضوع:

مقومات جذب الاستثمار السياحي دراسة حالة ولاية بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

تحت اشراف الاستاذ

أ. د / حبة نجوى

من اعداد الطالبين

- مخلولة صباح

- عزيزي اماني

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ تعليم عالي	- د/طيبة طاهري
بسكرة	مقررا	أستاذ تعليم عالي	- ا.د/ حبة نجوى
بسكرة	مناقشا	أستاذ تعليم عالي	- ا/ عز الدين بوطي

الموسم الجامعي: 2023-2024



شكر وتقدير

إن الشكر والحمد لله نحمده ونشكره على أن وفقنا لإتمام هذه الدراسة
كما نتوجه بالشكر الجزيل للأستاذة المشرفة "حبه نجوى" على توجيهاتها لنا من
أجل إتمام هذا العمل وكل الشكر والتقدير لها على صبرها معنا طيلة إنجاز هذه
المذكرة

الشكر موصول للأستاذة والزميلة جنيحي سلمة التي لم تبخل علينا
بالتوجيهات والنصائح

كل الشكر لأعضاء لجنة المناقشة الموقرة

إِهْدَاء

أحمد الله واشكره على توفيقه لي، لاتمام عملي بعد انقطاعي لسنوات عن الدراسة

إلى روح أُمي الغالية التي فارقتني رحمة الله عليها

إلى أبي الغالي أطال الله عمره

إلى كل إخوتي وأخواتي وأبنائهم حفظهم الله ورعاهم

إلى كل الزملاء والزميلات الذين ساعدوني في إنجاز هذا العمل

مخلولة صباح

الحمد لله الذي وفقني لاتمام هذا العمل والذي أهديه الى أبي وأُمي أطال الله في عمرهما

كما أهديه الى عائلتي وعائلة زوجي وأبنائي حفظهم الله ورعاهم

الى كل زميلاتي وزملائي في العمل

عزيزي أماني

ملخص الدراسة:

تبنّت الجزائر العديد من الاستراتيجيات والتدابير لتطوير القطاع السياحي، آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT" آفاق 2030، ورغم المجهودات المبذولة إلا أننا نلمس تأخراً كبيراً في القطاع، لهذا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على واقع الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال التعرف على المقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي، بالتركيز على حالة ولاية بسكرة بهدف تحديد مقومات جذب الاستثمار السياحي الأساسية وفهمها لتوجيهها للنهوض بهذا القطاع وفق خصوصياتها، لذلك اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة الدراسة واستعنا بدراسة الحالة في الجانب التطبيقي.

وقد خلصنا إلى عدة نتائج أهمها: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لم يصل بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة للنهوض بالقطاع السياحي، صعوبة الوصول إلى نتائج دقيقة للدراسة نظراً لقلّة البيانات والاحصائيات التي تخص ولاية بسكرة وأحياناً انعدامها، إضافة إلى تداخل معظمها مع تلك الخاص بولاية أولاد جلال التي كانت تابعة لها إدارياً قبل سنة 2022، رغم وجود العديد من المقومات السياحية الأساسية: الطبيعية والثقافية والتاريخية في ولاية بسكرة واستفادتها من التدابير والاستراتيجيات الوطنية لتشجيع الاستثمار السياحي، إلا أن تدهور البنى التحتية وشبكة المواصلات، وعدم الاهتمام باستغلال المقومات المميزة للولاية كالصناعات التقليدية والحرفية وعدم كفاية المرافق والهياكل السياحية، مع إهمال السلطات لبعض المرافق السياحية، واعتبارها خارجة عن سلطاتها ومسؤولياتها كالحدايق والمطاعم والمساحات الخضراء التي تحد من تأثير مقومات جذب الاستثمار السياحي رغم تنوعها وتعددتها.

الكلمات المفتاحية:

الاستثمار السياحي، مقومات السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT"، مقومات جذب الاستثمار السياحي، واقع الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة.

Abstract :

Algeria has adopted many strategies and measures to develop its tourism sector, the most recent being the Directive Plan for Tourism Development (SDAT) Horizons 2030. Despite the efforts there is still a significant delay in the sector's progress. This study aims to shed light on the current state of tourism investment in Algeria by examining its fundamental components, with a specific focus on the state of Biskra . The objective is to identify the key elements that attract tourism investment and to understand them to advance the sector effectively.

We employed a descriptive approach suitable for this type of study and used a case study for the applied aspect. Several important findings emerged from our research. Notably, the master plan for tourism development has not yet achieved its intended goal. Accurate results for the study were challenging to obtain due to the scarcity or absence of data and statistics specific to the state of Biskra. Additionally, much of the available data is intertwined with that of the state of Ouled Jalal , which was administratively linked to Biskra until 2022.

Despite Biskra's numerous natural , cultural , and historical tourism assets and the national measures and strategies in place to encourage tourism investment , several issues persist, The deterioration of infrastructure and the transportation network, coupled with a lack of interest in exploiting the state's unique components such as traditional and craft industries , pose significant challenges, and craft industries, pose significant challenges, Furthermore, there are insufficient tourist facilities and structures , the authorities neglect of some tourist amenities, like parks , restaurants , and green spaces , which they consider outside their jurisdiction , further limits the potential impact of these diverse tourism investment elements.

Key words : Tourism investment , tourism elements ,SDAT , attraction tourism investment, tourism investment in Biskra.

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	المعالم الأثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو	33
2	أهم المعالم والمواقع الأثرية والتاريخية المصنفة لبلديات ولاية بسكرة	53
3	المؤسسات الفندقية لولاية بسكرة	55
4	المؤسسات الحموية على مستوى ولاية بسكرة	56
5	تطور عدد الوكالات السياحية المعتمدة بولاية بسكرة	57
6	تطور التدفق السياحي لولاية بسكرة خلال 13 سنة الأخيرة	59
7	الاستثمار السياحي داخل مناطق التوسع السياحي	62
8	الاستثمار السياحي خارج مناطق التوسع السياحي	62
9	الاستثمار السياحي بولاية بسكرة	63

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
8	تصنيفات السياحة	1
15	محددات السوق السياحي	2
32	خريطة المحميات الطبيعية	3
46	خريطة ولاية بسكرة	4
48	تمور دقلة نور	5
49	معالم تاريخية	6
50	ضريح الولي الصالح سيدي زرزور	7
51	الصناعات التقليدية والحرفية	8
57	منحى تطور عدد الوكالات السياحية المعتمدة في ولاية بسكرة	9
59	تطور التدفق السياحي لولاية بسكرة خلال 13 سنة الأخيرة	10
64	تكلفة المشاريع السياحية في ولاية بسكرة معبر عنها بالنسب	11



مقدمة:

تعد السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية، وقد لاقى القطاع السياحي أهمية كبيرة في العديد من الدول، لأنه يساهم في تطوير القطاعات الأخرى المرتبطة به ويساعد في تعزيز التنمية ورفع معدلات النمو الاقتصادي، لذلك فإن القطاع السياحي يحتل مكانة هامة في العديد من الدول، ورغم امتلاك الجزائر لمقومات سياحية هائلة من معالم تاريخية وثقافية وطبيعية إلا أنها تعاني من عراقيل تحد من تحقيق أهدافها في جذب الاستثمار السياحي والمساهمة الفعالة في تحقيق التنمية الاقتصادية، ومن أجل سياحة قادرة على النهوض بالتنمية تعمل الجزائر على تطوير الاستثمار بشكل عام والاهتمام بالاستثمار السياحي بشكل خاص، وذلك بدعم المستثمرين من خلال برامج ومخططات متعددة آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يمتد إلى آفاق سنة 2030، وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف الدولة ومحاولتها المستمرة نحو تنويع الاقتصاد، ولانلمس تطورا لهذا القطاع مقارنة بالدول المجاورة، وعليه جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتحديد المقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي في الجزائر حتى تتمكن من الفهم الجيد لهذا القطاع وانطلاقا من ذلك يمكن اعتماد التدابير والاستراتيجيات المثلى لجذب الاستثمار السياحي وتوجيهه بالشكل الذي يعمل على النهوض بالقطاع السياحي، ونظرا لكبر حجم الجزائر وتنوعها وعليه تنوع وتباين المقومات السياحية من منطقة لأخرى، تم التركيز على ولاية بسكرة التي تعد وجهة سياحية متميزة ومعروفة عبر التاريخ، ومحاولة فهم ودراسة أهم المقومات السياحية التي تؤهلها لجذب الاستثمار السياحي، من خلال طرح الإشكالية التالية:

فيما تكمن المقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة؟

إنطلاقا من هذه الإشكالية يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالاستثمار السياحي؟ وما هي مقومات جذبه؟
- ما هو واقع السياحة والاستثمار السياحي في الجزائر؟
- ما هو واقع السياحة في ولاية بسكرة؟
- ما هي المقومات التي تمتلكها ولاية بسكرة لتؤهلها لتصبح منطقة لجذب الاستثمار السياحي؟
- ما هو البرنامج المسطر من طرف الدولة لترقية القطاع في ولاية بسكرة؟

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: (طرفاية كمال، 2021-2022)، النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر في ظل مستجدات الصناعة السياحية العالمية، مذكرة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر (03) هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع قطاع السياحة في الجزائر والوقوف على مجمل تحدياته، التي تقف عائقا أمام النهوض بهذا القطاع الاستراتيجي والذي تراهن عليه مختلف الأطراف الفاعلة لأن يكون أحد البدائل الاستراتيجية للاقتصاد الريعي، في ظل التطورات التنافسية

المتسارعة الحاصلة بين الدول من أجل التموّج في هذه الصناعة العالمية والحصول على حصة سوق تليق بمقامها وتضمن بقائها في السوق العالمي.

الدراسة الثانية: (حرزلي هالة، معروز عبد القادر، 2021، إمكانيات القطاع السياحي بولاية بسكرة الواقع والتحديات دراسة تحليلية، مقالة، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، 347-367) تحدف إلى إبراز أهم الإمكانيات السياحية بولاية بسكرة والتعرف على واقع الاستثمار السياحي بالولاية، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك للإحاطة بمختلف جوانب الدراسة والحصول على البيانات والإحصائيات المتعلقة بالقطاع السياحي بالولاية، وقد خلصت نتائج البحث إلى أن ولاية بسكرة تمتلك إمكانيات وقدرات سياحية متنوعة كتنوع المؤهلات الطبيعية والثقافية والبيئية، جعلت منها مقصدا للسياح من داخل وخارج الوطن، إلا أن هنالك من القيود ما يحول دون تفعيل وتطوير هذا القطاع بالولاية.

الدراسة الثالثة: (رمضاني لعلا، شارف عبد القادر، 2017، واقع وتحديات الاستثمار المحلي في السياحة- الصحراوية" ولاية الأغواط نموذجاً"، مقالة، مجلة الاقتصاد والتنمية جامعة المدية، 5-16) وهدفت الدراسة إلى تبيان واقع الاستثمار المحلي في السياحة الصحراوية وذلك من خلال إبراز المقومات والإمكانيات السياحية لولاية الأغواط محل الدراسة، وكذلك أهم التحديات والصعوبات التي تعترض الاستثمارات السياحية وتنمية وتطوير القطاع السياحي بالولاية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات أبرزها تدليل الصعوبات والعراقيل أمام القطاع الخاص وتشجيعه على الاستثمار في القطاع السياحي، وتطوير وتكوين الكادر البشري المختص في المجال السياحي، ووضع منظومة متكاملة للتسويق السياحي والاستفادة من تجارب بعض الدول الرائدة.

الدراسة الرابعة: (بوزاهر نسرين، 2016-2017، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة منطقة الزيبان، مذكرة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة) حيث أشارت الباحثة في دراستها للتركيز على مفاهيم العرض السياحي بهدف تحديد أبعاده ومكوناته كما قامت بتحليل جملة من المؤشرات المتاحة على القطاع السياحي من أجل اقتراح سياسة سياحية تتوافق مع المقومات الاقتصادية والاجتماعية والسياحية لمنطقة الزيبان.

وأما بخصوص دراستنا اختلفت عن الدراسات السابقة، بحيث تعرضنا إلى المقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة.

الفرضيات:

لمعالجة الإشكالية المطروحة إعتدنا الفرضيات التالية:

- تتمتع الجزائر بمقومات متعددة لجذب الاستثمار السياحي، وهذه المقومات قد تكون متشابهة في جميع مناطقها بما في ذلك ولاية بسكرة.

- تتمثل المقومات السياحية في مختلف المعالم الأثرية والتاريخية، والمواقع والمناظر الطبيعية التي تؤهلها لجذب السياح وبالتالي زيادة

الطلب السياحي الذي يساهم في جذب الاستثمار السياحي.

- تكمن المقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة في وجود الهياكل السياحية القاعدية والترفيهية .

- مقومات جذب الاستثمار السياحي تكمن في استفادة ولاية بسكرة من مخططات وتدابير الدولة للنهوض بالقطاع السياحي.

منهجية الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي الذي يتلاءم مع طبيعة الدراسة التي تقوم على التشخيص والتوصيف للظاهرة المدروسة، وفي الجانب التطبيقي اعتمدنا دراسة الحالة بالتركيز على ولاية بسكرة، وفيما يخص أدوات جمع البيانات فقد تم الاستعانة بالمسح المكتبي من: كتب، أطروحات، رسائل، مجلات، ملتقيات ومؤتمرات، والدراسات السيتوغرافية (مواقع إلكترونية)، إضافة إلى تحليل مضمون الاحصائيات والبيانات التي حصلنا عليها من الهيئات ذات الصلة بالموضوع.

هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- توضيح المفاهيم المتعلقة بالسياحة والاستثمار السياحي .
- تسليط الضوء على واقع الاستثمار السياحي بالجزائر عامة بالتركيز على ولاية بسكرة.
- تحديد مقومات جذب الاستثمار السياحي لفهم القطاع السياحي وتوجيه الجهود لاستغلالها والاستفادة منها.
- إبراز أهم التحديات التي تواجه الاستثمار السياحي بولاية بسكرة.

حدود الدراسة:

تم إجراء الدراسة خلال السنة الجامعية 2023-2024 حيث ركزنا على الجوانب النظرية من بداية سنة 2024 إلى شهر أبريل 2024 أما الدراسة التطبيقية فقد تزامنت مع الفترة الأخيرة للجانب النظري أي ما بين شهر أبريل 2024 إلى بداية شهر جوان من نفس السنة، أما البعد المكاني فقد ركزنا فيه على إقليم ولاية بسكرة وتجدر الإشارة هنا إلى المعطيات والبيانات المدروسة شملت ولاية أولاد جلال التي كانت تابعة لها قبل التقسيم الإداري الأخير لسنة 2022.

أهمية الدراسة:

لدراسة مقومات جذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة أهمية كبيرة تكمن في تعزيز القطاع السياحي وتنميته من خلال معرفة واقع الاستثمار السياحي في الجزائر بشكل عام وولاية بسكرة بشكل خاص، وتوجيه الاهتمام نحو المقومات الأساسية التي تمتلكها الولاية من مرافق سياحية ومعالم أثرية لبناء قطاع سياحي متوازن إنطلاقاً من فكرة جذب الاستثمار السياحي، بحيث يعتبر من أكثر القطاعات نمواً في العالم بهدف التقليل من الاعتماد على قطاع المحروقات إلا أن هناك من التحديات ما يحول دون

تطوير هذا القطاع، لذا يجب الكشف عن المشاكل والمعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي ومن ثم وضع الحلول واقتراحات التي من شأنها دفع هذا القطاع الى الأحسن.

صعوبات الدراسة:

تكمن أهم الصعوبات التي واجهتنا في طبيعة القطاع المختار وتنوعه مع وجود تضارب في المفاهيم النظرية والمطبقة في الواقع، وكذا صعوبة الوصول إلى نتائج دقيقة للدراسة نظرا لقلّة البيانات والاحصائيات التي تخص ولاية بسكرة وأحيانا انعدامها، إضافة إلى تداخل معظمها مع تلك الخاص بولاية أولاد جلال التي كانت تابعة لها إداريا قبل سنة 2022، حتى أن البعد الزمني للدراسة كان محدد بالفترة الزمنية 2010-2022، وتم تعديله بما يتوافق مع البيانات المتوفرة.

هيكل الدراسة:

للتفصيل في موضوع مقومات جذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين: فصل نظري وآخر تطبيقي، حيث تناولنا في الفصل الأول الاطار العام لدراسة السياحة ومقومات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر، وتطرقنا فيه الى السياحة والاستثمار السياحي والعديد من المفاهيم المرتبطة بهما، كما حددنا معالم القطاع السياحي في الجزائر ومقومات جذبه حتى نتمكن من الولوج إلى الفصل الثاني التطبيقي: السياحة في ولاية بسكرة ومقومات جذب الاستثمار السياحي، الذي تم فيه دراسة معالم السياحة في ولاية بسكرة ومن خلال واقع وتحديات الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة وصلنا إلى تحديد أهم مقومات جذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة.

الفصل الأول:

الإطار العام لدراسة السياحة

ومقومات جذب الاستثمار

السياحي في الجزائر

تمهيد:

تعتبر السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية نظرا لمساهمتها الكبيرة في تحقيق التنمية بكل أوجهها الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، كما أنها تعتبر طريقة مهمة للترويج للبلد والتعريف بتاريخه وثقافته وعاداته وتقاليده، مما يجعلها أحد أهم مقومات الإقتصاد للعديد من الدول، كونها مصدر دخل مهم، وهذا ما يجعل الدول تهتم كثيرا بجذب الاستثمارات السياحية إليها من أجل دفع عجلة التنمية الاقتصادية من خلال تنشيط السوق السياحي بما يحتويه من مؤسسات سياحية لقدرتها على المساعدة في إنعاش العديد من القطاعات الاقتصادية المرتبطة بها.

الجزائر من الدول التي تعتمد بشكل كبير على مداخيلها النفطية منذ الاستقلال وتسعى لتنويع اقتصادها باعتماد استراتيجيات وتدابير متعددة للاستفادة من مقومات الإستثمار السياحي التي تملكها ومواجهة المعوقات التي تواجهها. لإعطاء صورة أكثر قربا ووضوحا عن السياحة والاستثمار السياحي وواقع وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين هما:

المبحث الأول: الإطار النظري لدراسة السياحة والاستثمار السياحي.

المبحث الثاني: واقع وآفاق جذب الاستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الأول: الإطار النظري لدراسة السياحة والاستثمار السياحي.

تعد السياحة من القطاعات الخدمية المهمة التي تعول عليها اقتصاديات العديد من الدول نظرا لكون الإستثمار في المؤسسات السياحية من أهم محركات التنمية الاقتصادية، خاصة تلك التي استطاعت فهم سوقها السياحي ووجهت استثمارها في المؤسسات السياحية لما يتناسب مع مقوماتها وعوائقها.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والسوق السياحي والمؤسسات السياحية.

يتمثل الإستثمار في المؤسسات السياحية في مجموع ما ينفق على قطاع السياحة، وماتستقطبه الدول من استثمارات محلية وأجنبية موجهة لهذا القطاع، لذا يعتبر الإستثمار السياحي من الأنشطة الهامة لما يتيح من فرص كبيرة للنجاح، وتحقيق عوائد مالية معتبرة.

الفرع الأول: ماهية السياحة والسوق السياحي.

يعد السوق السياحي من أهم الأسواق في العالم، حيث يساهم بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني وخلق فرص عمل جديدة، حتى أن بعض الدول تعتبره المصدر الأساسي للدخل وجذب العملة الصعبة. أولاً: ماهية السياحة.

تعتبر السياحة من أهم مصادر الدخل الوطني لدى العديد من الدول، نظرا لقدرتها وفعاليتها في زيادة مواردها، وتضم السياحة أنواعا وأصنافا عديدة تختلف باختلاف معايير التصنيف. أ. مفهوم السياحة: لقد تعددت التعاريف الخاصة بالسياحة، باختلاف وجهة نظر الباحثين فهي كلمة ذات مفهوم واسع جدا مرتبط بعدة أنشطة منها: السفر، الإيواء، الإطعام والترفيه، والعوامل الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمكان المراد زيارته، وعليه سوف نقدم بعض التعريفات الخاصة بالسياحة وهي كالتالي:

فهي تعرف على أنها: " مجموعة الأنشطة الحضارية، والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد الى بلاد غير بلادهم، وإقامتهم لمدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة لأي غرض كان ماعدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار". (كافي، 2016، صفحة 38)

ركز هذا التعريف على أن السياحة لا يجب أن تكون من أجل تحقيق الربح، سواء كان بصفة دائمة أو لبعض الوقت.

كما عرفتها منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة للسياحة على أنها: "تشمل أنشطة الأفراد خلال أسفارهم وإقامتهم في أماكن موجودة خارج محيطهم الإعتيادي لمدة متتالية لا تتعدى سنة بغرض الترفيه أو الأعمال أو لأي سبب آخر". (الشيكرو و خلودوي، 2021، صفحة 8)

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فقد عرفت السياحة بأنها: "صناعة تعتمد على حركة الانسان أكثر من حركة السلع والخدمات". (زير، 2017-2018، صفحة 31)

حيث ركز التعريف على أن السياحة هي نشاط صناعي، منتجه النهائي هو الراحة والاستجمام والتعلم للمستهلكين من السياح. كما عرفت السياحة على أنها: "عملية انتقال الإنسان من مكان لآخر لفترة زمنية، بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية، أو هي ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منه الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو الروتيني والإحساس بجمال المناظر الطبيعية، والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة".

نلاحظ أن هذا التعريف يؤكد على البعد الاجتماعي الناتج عن زيادة اوقات الفراغ والحاجة إلى الراحة

وتعرف أيضا على أنها: "تشمل أشكال السفر المرتبطة بالمهنة والعلاج والسياحة المهنية وسياحة النفاضة، وكذلك كل أشكال السفر الحارلذي يهدف إلى الإستجمام والترفيه بالمفهوم العام، أما منظمة السياحة العالمية فعرفت أنها نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز السنة، من أجل الترفيه والاستمتاع وغيرهما، على أن لا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل". (بن تركية، 2017، صفحة 282)

استبعد هذا التعريف عنصر الربح والاستفادة المادية من السياحة، بما يتفق إلى حد كبير مع معناها الحديث والمتعارف عليه.

من التعاريف السابقة يمكن إستخلاص أن السياحة ما هي إلا ظاهرة إنسانية واجتماعية، فهي بذلك متعلقة بالفرد بدرجة اولى، مدة إنتقال الفرد لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة ولا تتجاوز سنة كاملة، هدف السائح هو الترفيه العلاج، الثقافة وغيره، إنتقال السائح يمكن أن يكون محلي كما يمكن أن يكون خارج البلد الأصلي.

ب- مفهوم السائح: هو ذلك الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي، دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية، وعليه أن يصرف أموالا وفرها في مكان آخر.

ولقد عرف السائح خلال المؤتمر الدولي للسياحة: " فقد أعتبر السائح كل شخص يزور بلد غير البلد الذي يقيم فيه على وجه الاعتياد لأي سبب من الأسباب، من غير قبول وظيفة بأجرة في الدولة التي يزورها ويشمل السياح الذين يمكنون مدة أكثر من 24 ساعة في البلد محل السياحة". (شرفاوي، 2014 - 2015، صفحة 7)

يعني أن السائح لن يسافر أو يقيم في مدينة أخرى أو في بلد آخر، إلا لكي يتمتع بخدمات ترفيهية أو غيرها من أنشطة الفراغ التي لا يمكن العثور عليها في بيئته.

لقد جاء تعريف السائح الدولي في المؤتمر الذي عقدته هيئة الأمم المتحدة، وتحت عنوان السياحة الدولية على أنه: كل شخص يكون موجوداً بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال أربع وعشرين ساعة أو أكثر، ويستدل من هذا التعريف على أن السياح هم: (عساف، 2016، صفحة 67)

- الشخص الذاهب للترفيه أو العلاج أو لاسباب أخرى.
- الشخص الذاهب لاجتماعات دولية أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها.
- الشخص الذاهب للدراسة أو التخصص في مجال معين.

حيث أن السائح ذلك الشخص الذي ينتقل من موطنه الأصلي إلى مكان آخر يقيم فيه بعض الوقت بغرض الترويح الذهني النفسي أو الجسمي.

وعرف السائح أيضا: بأنه الشخص الذي يدخل بلداً أجنبياً لأي غرض، عدا إتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة أو عدا العمل في هذا البلد عملاً منتظماً مستمراً أي الذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه مالاً كسبه في مكان آخر". (الموساوي و الجزائري، 2021، صفحة 48)

وفي الأخير نستنتج أن السائح كل شخص يسافر خارج محل إقامته الأصلية، لأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة، سواء كان في داخل بلده السائح الوطني أو في داخل بلد غير بلده السائح الأجنبي، ولفترة تزيد عن اربع وعشرين ساعة، وأن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للنزهة.

ج- تصنيفات السياحة: للسياحة أشكال متعددة حسب الأسباب والآثار الخارجية لها، ويمكننا أن نتعرف على أهم أنواع السياحة وهي:

1- تصنيف السياحة حسب المكان: أي المكان الذي يقصده السائح وتنقسم إلى نوعين رئيسيين هما: (عساف، 2016، صفحة 70)

- سياحة خارجية (دولية): تكون من قبل مواطنين أجنبياً داخل حدود دولة أخرى، وفي جميع الحالات يتم اختيار الحدود الدولية، وصرف عملة أجنبية صعبة خلال فترة السياحة، والسياحة الخارجية تنقسم إلى نوعين سالبة وموجبة.
- سياحة داخلية: تتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم، وتنفق فيها عملة محلية.

2. تصنيف السياحة حسب الهدف: قسمت السياحة حسب هدفها إلى عدة أقسام هي: (كافي و كافي، 2016، صفحة 32)

- السياحة العلاجية: ويقصد بها التوجه الى الأماكن السياحية التي توفر العلاج لبعض الأمراض المتعلقة بصحة الانسان، وقد ظهرت هذه السياحة منذ بعيد، ومكان الجذب لها المياه المعدنية بأنواعها من العيون والحمامات، والمياه الكبريتية، والطين والرمل، ثم إتجهت إلى مناطق الاضطيف الأخرى التي لها علاقة بالعلاج كالشواطئ والغابات لراحة البال، ولأهمية هذه السياحة بدأت تظهر المدن الطبية والعلاجية والتي تحتوي على كافة المستلزمات الترفيهية والعلاجية، إلا أن الذي يؤخذ عليها هو إرتفاع تكاليفها، وبذلك فان الممارسين لها من الطبقة الغنية، وقد توسعت العديد من الدول في تقديم الخدمات العلاجية عن طريق الاستفادة من مواردها من المياه المعدنية والمياه الساخنة والطين وتنقسم الى قسمين :

✓ السياحة العلاجية المناخية: يتم العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر في البحار وغيرها.

✓ السياحة العلاجية المعدنية: تشمل السياحة المعدنية شكل السياحة الصحية الأكثر إنتشاراً لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماماً، حيث أنها تعتبر كاحدى وسائل التسلية والراحة وهناك إمكانيات هامة من الحمامات المعدنية لا تزال غير مستغلة.

- السياحة الترفيهية: يقصد بها استثمار أوقات الفراغ بعيدا عن العمل ومسؤولياته في السياحة من أجل المتعة والراحة، وقد يطلق عليها سياحة وقت الفراغ وهي أكثر أنواع السياحة إنتشارا في العالم لوجودها في جميع أماكن السياحة، ولها هدف عام هو قضاء العطلات والحصول على الإشباع النفسي والعقلي، وقد تكون داخلية في داخل حدود الدولة او خارجية في دولة أخرى .

- السياحة الرياضية: هي السياحة التي تجذب هواة الأنشطة الرياضية المختلفة كمباريات كرة القدم والسلة، وألعاب القوى والسباحة والتزلج على الماء، والتلج ومصارعة الثيران وسباق السيارات والخيول، حيث تقسم إلى نوعين سالبة وموجبة، فالسياحة الرياضية الموجبة تتمثل في السفر والإقامة للمشاركة الفعلية في المباريات الرياضية، أما السياحة الرياضية السالبة فتتمثل في السفر والإقامة من أجل مشاهدة المباريات والاحتفالات الرياضية، كما أن السياحة الرياضية بشكل عام تشكل وسيلة لتطوير التبادل السياحي بالنسبة للشباب .

- السياحة الثقافية: الهدف منها إكتساب المعلومات والحصول على ثقافة واسعة، ولها منابع واسعة في المعارض والمتاحف والأسواق والمعابد، والمناسبات الثقافية والأماكن الأثرية والقبائل القديمة وغيرها مما يكسب ثقافة جديدة تضاف الى المعرفة، ويكون انتقال السائح هنا بهدف التعرف على الأمور السابقة وتنشيط هذه السياحة في معظم بلدان العالم .

وجدير ذكره أن الجماعات المتعلمة والمتقفة هي التي تشكل الأغلبية الباحثة عن زيادة المعرفة من خلال السفر الى تلك الأماكن.

- السياحة الدينية: هي السياحة المرتبطة بزيارة الأماكن الدينية المقدسة عند جميع الديانات والتي تشكل جزءا من عقيدتها، ففي كل عام تستقبل الأماكن المقدسة الملايين من الحجاج والزائرين حيث تقدم لهم الخدمات الأساسية أثناء اقامتهم، ومن أبرز الدول التي تشتهر بهذا النوع من السياحة المملكة العربية السعودية في الحج والعمرة، وفلسطين لزيارة كنيسة المهدي والقيامة والقدس الشريف، والهند لزيارة تاج محل الذي يؤمه الاف السياح الهنود كل عام، والفاتيكان بايطاليا حيث مقر البابا - السياحة التاريخية: وهي السياحة التي تهدف الى التعرف على آثار الشعوب وحضارتها، حيث يقوم السائح بزيارة المواقع الأثرية والمتاحف ويحضرون المعارض المتنوعة، وتجذب هذه المواقع الزائرين من داخل الدولة وخارجها مثل البتراء بالأردن، والأهرامات بمصر وسور الصين العظيم الذي يمتد لمسافة 1500 ميل.

3 تصنيف السياحة حسب الشكل التنظيمي: وتقسم حسب عدد السياح وتنظيمهم إلى: (عبوري، 2016، صفحة 56)

- سياحة فردية: هي سياحة أفراد لوحدهم للإقامة خارج مكان سكنهم الأصلي، وفي كثير من الأحيان هي سياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما، يتراوح مدة إقامته حسب تمتعهم بالمكان، أو حسب أوقات الفراغ المتوفرة لديهم، وتشمل خدمات سياحية متنوعة وعديدة كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه الخاصة، ورغباته التي جاء لتحقيقها ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات السياحية تعتمد على مقدرتهم المادية والرغبة التي يحققونها، ويعتمد هذا

النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء والكلمة الصادقة، وعلى تأثير الإعلان والترويج السياحي، ومدى ثقافة السائح إذ أنها سياحة شاملة لا تعتمد على برنامج محدد أو منظم.

- سياحة جماعية: يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات، حيث تقوم المؤسسات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة وكل رحلة لها برنامج خاص ومحدد وسعر محدد، وتعتمد على تحقيق المجموعة في اشباع رغباتهم، إذ تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة، ومن الممكن إجراء نفس الرحلات وفي نفس الوقت، ولكن بأسعار مختلفة كان تكون في فنادق ممتازة، خمسة نجوم أو أربعة نجوم أو ثلاثة، دائما الدول تشجع هذا النوع من السياحة لأنها معروفة مسبقا بأنواع السياح وجنسياتهم وفترة اقامتهم ومكان الإقامة وتاريخ دخوال البلد، وخروجهم من البلد ومستوى إنفاقهم، وتتولى المؤسسات السياحية الكبرى تنظيم مثل هذه الرحلات إلى الأماكن المعروفة والمشهورة في العالم، والتي دائما تكون مركز استقطاب أو جذب للسياح العالمين .

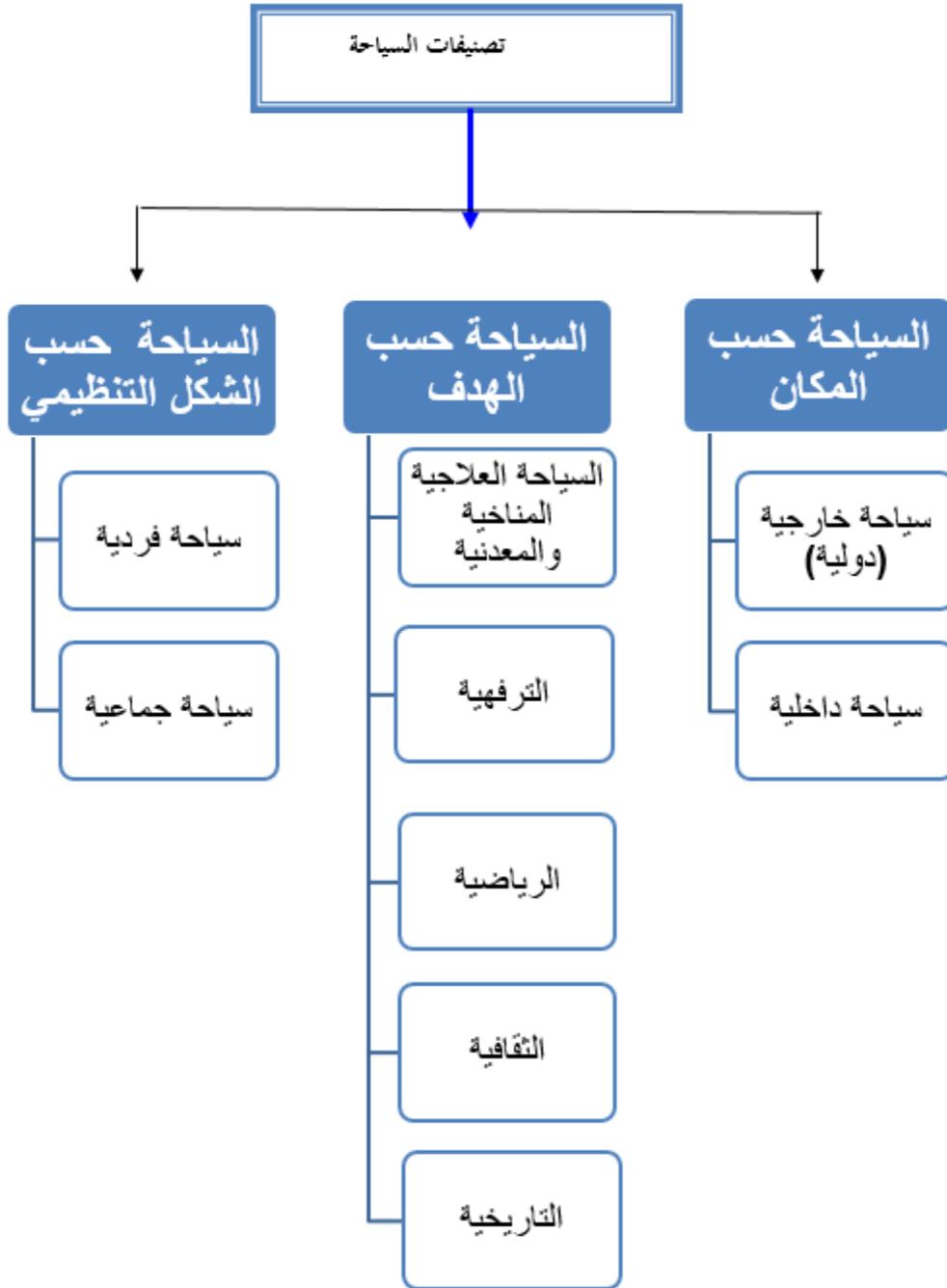
وإذا نظرنا إلى السياحة الحديثة بشكلها الحالي سنجدتها تختلف اختلافا كبيرا عن السياحة في الماضي، فمع دخول عصر الانترنت ازدادت السياحة الحديثة واكتسبت شكلا جديدا وأهمية أكبر وظهر ذلك جليا في زيادة اهتمام الدول بمثل هذا النشاط ومحاوله تنميته والاستفادة منه، حتى صارت السياحة في العالم عنوانا على عصر التقدم والتطور.

- السياحة الالكترونية: يعود بداية استخدام السياحة الالكترونية الى عام 1990، مع ظهور الويب ودخول الانترنت الى سوق التجارة العالمي، وتلاقي قطاعي التكنولوجيا الحديثة والسياحة مما أدى إلى ظهور مصطلح جديد هو السياحة الالكترونية. (الحميري و الطويل، 2016، صفحة 206)

وتعرف السياحة الالكترونية على أنها: "تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الالكترونية" (عوينان، 2012-2013، صفحة 43)، وتسمى أيضا سياحة افتراضية أو رقمية وهي واحدة من التطورات الحديثة في صناعة السياحة، وتهدف إلى توفير تجربة سياحية مماثلة للواقعية للمستخدمين دون الحاجة الى السفر وتأخذ كل الأشكال السياحية السابقة.

كما تعرف على أنها استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين.

الشكل رقم 01: تصنيفات السياحة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

ثانيا: السوق السياحي.

لكل سوق خصائصه وعوامله المميزة وهي الحال بالنسبة للسوق السياحي، الذي يعرف بالتفاعل الكبير لمختلف العوامل التي تؤثر في حركة السياحة، من مختلف الجوانب: العرض والطلب السياحي إلى سلوك السائحين وتوجهات السوق، والمنافسة بين الوجهات السياحية.

أ. تعريف السوق السياحي وأنواعه: السوق هو المكان الذي يتم فيه بيع وشراء السلع والخدمات، ويعرف السوق بأنه المكان الذي يلتقي في العرض بالطلب، مع الأخذ بعين الاعتبار كل العوامل التي تؤثر في تحقيق هذا اللقاء.

1- تعريف السوق السياحي: السوق السياحي يعرف على أنه: "كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى إلى تلبية احتياجات ورغبات محددة، في الدول أو الأماكن السياحية التي تقدم عدداً من المنتجات السياحية من خلال تبادل المعلومات بين المنظمات السياحية، أو بينها وبين الأفراد وعليه يتم تكوين شبكة معلوماتية ويتحقق التوازن بين قوى السياحة، يؤدي العرض والطلب إلى سوق البائعين أو سوق المشترين. (بن نوي، 2019 - 2020، صفحة 105)

بمعنى أن السوق السياحي هو مجموعة من الأفراد والمؤسسات الذين لديهم احتياجات ورغبات سياحية، وقدرة على شراء المنتجات والخدمات السياحية المتاحة في وجهة سياحية محددة.

كما يمكن تعريفه على أنه: "عبارة عن مجموعة من المشترين الفعليين والمترقبين الذين يدخلون في عملية تعامل مع البائعين، ويعتمد حجم السوق على عدد الأشخاص ممن لديهم حاجة مشتركة يعرضونها، ولديهم المال أو موارد أخرى تم الآخريين والذين لديهم الرغبة بعرض هذه الموارد مقابل ما يريدونه". (طائي، 2004، صفحة 317)

أي أنه الفضاء الذي يلتقي فيه العرض السياحي بالطلب السياحي .

بالمفهوم العام السوق السياحي: "هو المكان الذي تتم فيه عملية الشراء والبيع للمنتج السياحي الرحلات والخدمات السياحية، أو سلع للسياح. (كافي، 2016، صفحة 168)

ومنه يمكن القول أن السوق السياحي أو سوق الخدمات السياحية هو المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي باختلاف أشكاله وفئات السائحين، بالعرض السياحي سواء بشكله الطبيعي أي ما يتوافر للبلد من خامات سياحية، أو بشكله الاصطناعي وهو ماتقدمه الدول أو القطاع الخاص من خلال المؤسسات العاملة في مجال تقديم الخدمات.

2- أنواع السوق السياحي: تقسم الأسواق السياحية إلى عدد من الأنواع الرئيسية أهمها: (إدريس، 2010، صفحة 44)

- الأسواق الرئيسية: وهي المصدر الرئيسي للطلب السياحي الذي تعتمد عليه الدول المستوردة للسائحين، ما يجعلها تحظى باهتمام أوفرلدى رجال التسويق بالمنشآت السياحية، من حيث دراستها وتقسيمها وتركيز الجهود التشغيلية فيها لاستمرار حركة التدفق السياحي.

- الأسواق الثانوية: لاحتضى هذه الأسواق بنفس الأهمية التي تحضى بها الأسواق الرئيسية، كونها لا تعتبر المصدر الرئيسي للحركة السياحية في الدول المستقبلية للسائحين.
- الأسواق النشطة: تتميز بفعاليتها الكبيرة وحجم التعاقدات الكثيرة لبيع برامجها السياحية للسائحين أو الوكالات أو الشركات.
- الأسواق الكامنة: هي أسواق تمثل في فترة زمنية معينة مصدرا للطلب السياحي نتيجة لوجود بعض الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية او السياسية في الأسواق، ولكنها تتحول إلى أسواق فعالة ونشطة بزوال هذه الأسباب والعوامل .
- الأسواق المحتملة: هي التي يمكن أن يصل فيها الطلب السياحي إلى أعلى مستوياته تبعا للجهود التسويقية والتنشيطية المبذولة، لان الجهود الاضافية تحرك الطلب السياحي وتجعل المحتمل فعلي.

ب- أسس تقسيم السوق السياحي: عند الأخذ بمبدأ تقسيم السوق فإن الأمر يتطلب الأخذ بالعديد من العوامل عند اختيار الأسس الخاصة بتقسيم السوق السياحي ذلك أن حاجات العملاء، استخداماتهم، ميولهم وتصرفاتهم تتباين تبعاً لصفات التقسيم الذي يتم اختياره، وهناك متغيرات عديدة من المهم الأخذ بها في تقسيم السوق والتي تقع وفق نوعية السوق المراد دراستها، وهذه المتغيرات تصنف وفق معياري أسواق العملاء وأسواق المؤسسات السياحية. (الديوه جي و أبو رمان، 2000، الصفحات 187-190)

1- تقسيم سوق العملاء: يقسم السوق في هذه الحالة حسب تقسيم المتغيرات فيها، ضمن أربع مجاميع: المتغيرات الجغرافية، الديموغرافية، السلوكية وأخيراً متغيرات الارتباط بالخدمات.

- المتغيرات الجغرافية: المتغيرات الجغرافية كالظروف الجوية، المصادر الطبيعية، كثافة المعالم السياحية وغيرها من المتغيرات الأخرى، تؤخذ كأساس لتقسيم السوق، فالتباين يبدو واضحاً حتى في المتغير الواحد، فالظروف الجوية سواء في المنطقة الواحد أو البلد الواحد قد تتفاوت تفاوتاً واضحاً، حيث تزداد السياحة في المناطق الدافئة عنها في المناطق الباردة، وفي دول مساحتها كبيرة جداً وواسعة كالصين فإن الاعتبارات الجوية واضحة جداً في أكثر من منطقة من مناطق البلد هذا، ويمكن اعتماد التقسيم الجغرافي عن طريق تقسيم المناطق إلى دول وأقاليم ومدن وقرى وهكذا.

- المتغيرات الديموغرافية: وهذه المتغيرات أكثر المتغيرات أهمية وارتباطاً بتقسيم السوق لشموليتها وعلاقتها بجوانب متعددة، ما يتطلب الأمر دراسة خصائص وصفات السياح ككل من حيث توزيع العمر والجنس، والذي يلاحظ من هذه المتغيرات أنه من السهولة قياسها وترتبط بدرجة عالية بحاجات العميل والسلوك الشرائي لديه، فالأعمار تقاس بالسنين والجنس يصنف إلى صنفين وهكذا، من جانب آخر فإن هذه المتغيرات تتناول أيضاً متغيرات أخرى غير التي ذكرناها كالدخل، الثقافة الوظيفية، حجم العائلة ودورة حياة الأسرة، ولكل من هذه المتغيرات أهميتها والتي تظهر بوضوح أيضاً عندما يتم الربط بين أكثر من متغير في وقت واحد، كعلاقة الدخل بدرجة الفندق الذي يختاره الزبون، والتي يظهر من خلالها العديد من الاعتبارات، كتقديم خدمات سياحية شاملة أو محددة تناسب ذوي الدخل المحدود، وأخرى للدخل المتوسط وهكذا، فاعتبار الجنسية يأخذ أهمية منفردة ذلك أن المنتجات يتم توجيهها وفق جنسية العميل عربي وأجنبي، فالخدمات التي يطلبها النزيل الأوروبي

- غير الأمريكي في كثير من الأحيان، فإن اعتبارات الخدمة الفندقية وفق اعتبار الجنسية يؤخذ بالاعتبار من حيث الخدمة المقدمة ونوعيتها ومستواها أو أية اعتبارات أخرى.
- العمر: من المهم التعرف على أعمار النزلاء لاعتبارات تسويقية خاصة بالفندق، فلا يمكن القول أن الخدمات التي يطلبها الشباب تنطبق على كبار السن، حيث تشير الدراسات أن فترة الإقامة لكبار السن داخل الفندق هي أطول من فترة الإقامة للشباب.
 - الدخل: التفاوت في الدخل مسألة قائمة في كل المجتمعات بعامة ومهما كانت طبيعتها، وهذا ما جعل من الضرورة أن يقسم الدخل وفق درجات مختلفة، حيث أن الخدمات التي يطلبها ذوي الدخل العالي غير الخدمات التي يطلبها ذوي الدخل المحدود وهذا ينطبق على العديد من الاعتبارات الأخرى مثل فترة الإقامة ودرجة الفندق والدول التي يزورها.
 - القيم ونمط الحياة: وهذا برنامج استخدم في الولايات المتحدة الأمريكية وباسم برنامج القيم وأنماط الحياة، وقد تم بموجبه تقسيم نمط الحياة إلى تسع مجموعات ابتداء من أدنى الدرجات إلى أعلاها، وكيف أن كل مجموعة من هذه المجموعات تعيش حياتها اليومية، فهناك الذي يعانون من قسوة الحياة وهناك الوصوليون وهكذا، فإن لكل منهم قيم معينة ومرتبطة بنمط حياة معينة كذلك ما يتطلب العمل على إمكانية تلبية حاجات كل فئة من هذه الفئات السوقية.
 - تغيرات الارتباط بالخدمة: الفنادق قد تلجأ إلى تقسيم السوق وفق اعتبار العلاقة التي تربط العميل بالخدمة هذه، كالفائدة المتوقعة من استخدام الفنادق، فمثلاً مجموع السوق يمكن أن يقسموا إلى مرتادين وغير مرتادين للفنادق، والمرتادين بدورهم يصنفون إلى من يرتاد بكثرة أو اعتدال أو بشكل محدد، ولغرض تشجيع المرتادين بكثرة لشراء الخدمة فإن الفنادق يمكنها من تقديم خدمات متميزة ووضع سعر مميز لها مع تقديم نشاطاً ترويجياً واضحاً.
- 2- تقسيم سوق الخدمات الفندقية: ضمن هذا المفهوم فإنه يتم تقسيم السوق وفق أسس هي:
- الموقع الجغرافي: الذي يلاحظ أن الطلب على الفنادق يتباين بوضوح من منطقة جغرافية لأخرى وذلك بسبب وجود متغير ما كان يكون الظروف الجوية، أو كثرة الأماكن السياحية كما يلاحظ أن موقع الفندق قد يقترن بوجود المواقع الأثرية كالذي يلاحظ في فنادق مدينة البتراء وقربها من العديد من المواقع الأثرية.
 - حجم الزبون: ويقصد بذلك حجم الفندق والتي يمكن أن تؤثر على إجراءات الشراء لخدمات الفندق، والغرض الوصول إلى تقسيم سوقي معين فإن الفندق عليه أن ينسق أنشطته التسويقية كتقديمه لخصومات سعرية معينة للعملاء، وذلك ما سيمكنهم من استقبال أعداد كبيرة من النزلاء.
- ثالثاً: محددات السوق السياحي.
- تتأثر السوق السياحي بمجموعة من العوامل التي تؤثر على حركة السياحة من عرض وطلب على الخدمات السياحية، والتي تشكل محدداتها.
- أ- الطلب السياحي ومحدداته: يعتبر الطلب السياحي أحد مكونات السوق السياحي وتحكمه مجموعة من المحددات المختلفة.

1- تعريف الطلب السياحي: الطلب بشكل عام يعبر عن الكمية التي تنوي مجموعة من المستهلكين شراءها من سلعة ما بسعر محدد وفي زمن ومكان محددين .

ولكن الطلب بالنسبة للسياحة فإن المسألة تختلف، فقد عرفا ماتسن ووال الطلب السياحي بأنه: "العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون، أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم وأعمالهم المعتادة". (كافي، 2016، صفحة 178)

كما يمكن تعريف الطلب السياحي على أنه: الطلب الحالي والمحتمل على منتج سياحي معين من وجهة نظردافع للسفر، من الملاحظ أن الطلب على السياحة في تزايد مستمر، فحركة السياحة الدولية تتزايد بشكل مستمر سواء في عدد السائحين أو في عدد الليالي السياحية، فحركة السياحة العالمية تظهر بوضوح حجم السياح سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي، المعاملات السياحية الدولية. (عيساوي، 2017، صفحة 84)

2- محددات الطلب السياحي: يعد الطلب السياحي عنصرا هاما في صناعة السياحة حيث يشير إلى رغبة الافراد في السفر وقضاء وقت فراغهم في وجهات سياحية مختلفة، وتتأثر هذه الرغبة بمجموعة من العوامل تعرف باسم محددات الطلب السياحي وهي: (الموساوي و الجزائري، 2021، صفحة 46)

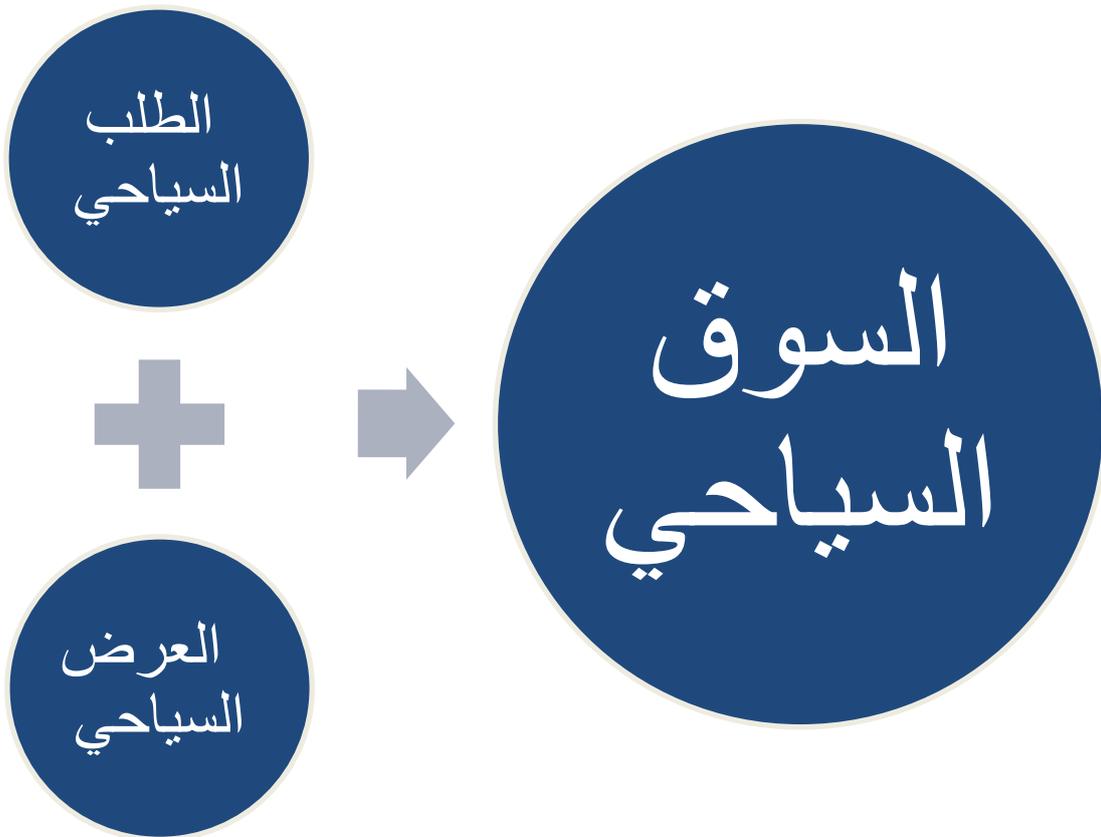
- الدخل: هناك علاقة إيجابية بين دخل الفرد في بلد ما و قدرته على توليد تدفقات سياحية، حيث أن الدخل المتاح بعد جميع المصاريف الضرورية في الدول أصل السياح هو المؤشر المناسب لقياس العائدات السياحية في نموذج الطلب.
- السعر: تؤثر الأسعار على الطلب السياحي في المستوى العام، ولكنها يمكن أن تغير السلوك السياحي في اختيار الوجهة و نوع الإقامة والأنشطة الممارسة، و يشمل هذا العامل عموما تكلفة الإقامة والسفر، من الصعب الحصول على الأسعار السياحية حيث هناك عنصرين للسعر السياحي:
 - ✓ تكاليف السفر إلى الوجهة .
 - ✓ تكاليف المعيشة في الوجهة.
- السكان: تستخدم في بعض الدراسات مجموع سكان البلد المرسل كمتغير تفسيري للطلب السياحي، الحساب حجم السوق والهدف من وراء هذا المتغير أن الدول الكبرى تعتبر سوق محتمل للتزويد بالسياح، حيث تكون العلاقة طردية بين عدد السكان و الطلب السياحي، وهناك مواصفات سكانية اخرى تلعب دورا في الطلب السياحي منها :
 - العمر والجنس: كلما زادت فئة الشباب في المجتمع زاد الطلب السياحي لأن الشباب يتمتعون بالقوى البدنية والنفسية المحفزة للقيام بالنشاطات السياحية، فكلما زادت نسبة الذكور زاد الطلب السياحي كون الذكور يتمتعون بحرية أكبر، وبالتالي أكثر قدرة ورغبة على القيام بالرحلات السياحية .
 - الحالة الاجتماعية: كلما زاد عدد العزاب زاد الطلب السياحي، كون الغير متزوجين يتمتعون بقدر أكبر من الحرية.

- عدد الأطفال: كلما زاد عدد الأطفال يقل الطلب السياحي، فكلما زاد عدد الأطفال يزيد من التزامات رب الأسرة، و يزيد تكاليف السفر.
 - المهنة: تؤثر المهنة في حجم الطلب، فهناك مهن تتميز بكثرة الأسفار مثل: الرياضيين ورجال الأعمال.
 - الأذواق: يمكن أن تؤثر أذواق المستهلكين على الطلب السياحي تأثيرا مهما، حيث تتأثر بالعوامل الاجتماعية الاقتصادية مثل العمر الجنس التعليم الحالة الاجتماعية، ويمكن أن تتغير نتيجة الابتكار والإعلان، أو نتيجة لتغيير الأولويات و إرتفاع مستوى المعيشة.
 - الإنفاق الحكومي: من المتوقع أن تكون العلاقة طردية بين الإنفاق السياحي والطلب السياحي، فزيادة ما تخصصه الحكومة للإنفاق على السياحة سيؤدي إلى زيادة الطلب السياحي.
 - عوامل العرض: كالتكلفة الإستيعابية، هياكل النقل، مؤهلات الرأس المال البشري و عموما توفير خدمات فعالة من خلال التخصيص الأمثل للموارد.
 - الأحداث غير المتوقعة (الإستثنائية): يمكن تضمين أو إدراج متغيرات وهمية في معادلة الطلب على السياحة الدولية لإلتقاط آثار الأحداث، مثل: فرض الحكومات القيود على صرف العملة، أزمات النفط، بالإضافة إلى التهديدات الأمنية الداخلية والخارجية.
 - ب- العرض السياحي ومحدداته: يمثل العرض السياحي مدى الجاهزية والاستعداد لتقديم المنتجات السياحية في السوق والتي هي موجهة لإشباع الطلب السياحي.
- 1- تعريف العرض السياحي: يعرف العرض بأنه مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي يتم عرضها للبيع في السوق، سواء كانت سلعاً أو خدمات ويشمل العرض عادة الاسعار والشروط والمزايا التي يقدمها المورد لجذب العملاء.
- يبدأ طلب السياح على العرض السياحي إعتباراً من لحظة إنطلاق السياح المؤقت من موطن إقامتهم الدائمة الى أماكن القصد السياحية، والإقامة المؤقتة في المواقع السياحية ومن ثم الرجوع حتى لحظة وصول السياح الى أماكنهم الدائمة. (مربعي، 2012، صفحة 2)
- ويمكن تعريف العرض السياحي: على أنه كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين، وكل الخدمات والبضائع التي قد يحتمل أن تغري الناس لزيارة بلد معين ويمثل العرض السياحي بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجواذب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن لها مجتمعة أن تؤثر - أو أن تترك الأثر - في نفوس قاصديها لزيارتها وللمكوث فيها مدة من الزمن دون غيرها.
- وللتبسيط فالعرض السياحي هو مجموعة المقومات والمغريات والجواذب القادرة على جلب السياح الى منطقة ما وإبقائهم فيها مدة من الزمن. (بوزاهر، 2016 - 2017، صفحة 90)

2- محددات العرض السياحي: تتمثل أهم محددات العرض السياحي فيما يلي: (ناجم، 2022-2023، صفحة 35).

- العامل الطبيعي: تعتبر العلاقة طردية بين العرض السياحي والعامل الطبيعي، فكلما زادت العوامل الطبيعية كلما زاد العرض السياحي، وبالتالي ازدادت إمكانية استقطاب عدد أكبر من السياح.
 - أسعار المنتج السياحي: تعتبر الأسعار أحد العوامل المادية للعرض السياحي، فكلما ارتفع السعر زاد العرض والعكس صحيح، كما أن زيادة الأسعار تعني زيادة الإنتاج والتي تعتبر بدورها حافزا قويا للاستثمار.
 - تكاليف عوامل الإنتاج: لا تتحقق العملية الإنتاجية إلا بمزج عناصر الإنتاج المتمثلة في المادة الأولية، رأس المال العمل والتنظيم، والمنتج في النشاط السياحي يستخدم العناصر ذاتها، وهناك علاقة عكسية بين تكاليف الإنتاج والعرض السياحي، فكلما انخفضت تكاليف الإنتاج زاد العرض السياحي والعكس صحيح.
 - استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة: إذا كان الأفراد على درجة عالية من التطور ولديهم الوسائل التكنولوجية ذات الكفاءة الإنتاجية العالية فمن الممكن استغلالها في خدمة النشاط السياحي، وبالتالي فإن هذا يعني تقليل التكاليف من حيث الوقت، ومنه فالعلاقة طردية بين التطور التكنولوجي والعرض السياحي.
 - أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي: تعتبر العلاقة بين العرض السياحي وأهداف واضعي السياسات الاقتصادية في البلد طردية حيث أنه كلما زاد اهتمام متخذي القرار بالقطاع السياحي كلما زاد العرض السياحي المتوفر.
- العلاقة بين الطلب والعرض في سوق السياحة علاقة عكسية، بمعنى أنه مع زيادة الطلب على المنتجات أو الخدمات السياحية، يميل السعر إلى الارتفاع، مما يؤدي إلى انخفاض الطلب، وعلى العكس من ذلك عندما يزيد المعروض من المنتجات أو الخدمات السياحية، تميل الأسعار إلى الانخفاض، مما يؤدي إلى زيادة الطلب، وذلك لأن السوق يبحث عن التوازن حيث تكون الكمية المعروضة مساوية للكمية المطلوبة عند سعر معين.
- يشكل السوق السياحي بيئة تتفاعل فيها مختلف العوامل المؤثرة على العرض والطلب السياحي، وتلعب المؤسسات السياحية دورا مهما في هذا التفاعل حيث تقدم خدمات ومنتجات تلي احتياجات السائحين وتشكل مكونات رئيسية للعرض السياحي.

الشكل رقم 02: السوق السياحي.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

الفرع الثاني: المؤسسات السياحية وأهميتها.

تعرف المؤسسة بأنها إدماج وتوليف مختلف عوامل الانتاج بهدف انتاج سلع وخدمات موجهة للسوق، ومنه فان المؤسسات هي مجموع الامكانيات المادية والبشرية التي تدخل في اطار مهيكلي وترتبط ببعضها البعض بشكل متكامل لانتاج سلع وخدمات، ويتم التركيز فيها على التنظيم وتوزيع المهام.

أولاً: المؤسسات السياحية.

تعرف المؤسسة السياحية على أنها: "عبارة عن مؤسسة تقوم بتنظيم أو تسويق رحلات شاملة، كما تقوم بخدمات خاصة بالرحلات وهي تلك الأماكن المعدة أساساً لاستقبال السياح، وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات التي يتم استهلاكها في نفس المكان كالمطاعم وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة النزلاء والسائحين مثل الفنادق". (مرغاد، قطاف، و خوي، 2017، صفحة 325).

وتعرف أيضاً المؤسسات السياحية على أنها: "كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً، في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، أو القيام بكليهما معاً إنتاج + تبادل)، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي يوجد فيه، وتبعاً لحجم ونوع نشاطه". (عباشي، 2022، صفحة 1356)

وتعتبر المؤسسات السياحية على أنها: "مختلف المنظمات والهياكل والمنشآت والتنظيمات والجمعيات التي تستخدم مجموعة عناصر الإنتاج المادية البشرية المالية، وكذلك التراث الإنساني المتنوع لإنتاج خدمات سياحية وترويجها كصناعة سياحية هدفها تجاري نفعي، وكذلك الرقي الفردي والجماعي ومن بين هذه المؤسسات وزارة السياحة، ومديريات السياحة الولائية، وكالات السياحة والأسفار الفنادق المنتجعات والمركبات السياحية ومختلف المنشآت المقدمة لنشاط سياحي أو المساهمة فيه". (بن عزة، 2014 - 2015، الصفحات 34 - 35)

وتنتيجة للتطور التكنولوجي السريع وانتشار الانترنت ظهرت المؤسسات الافتراضية، والتي تعتمد على استخدام التكنولوجيا الرقمية لتقديم الخدمات والمنتجات دون الحاجة الى وجود مكان فعلي للعمل مما يسمح لها بالتواجد على الانترنت فقط.

والمؤسسات الافتراضية تجمع عدد من المؤسسات والشركات بشكل يسمح لها بالاستجابة الجماعية لمتطلبات ومتغيرات السوق، وبتطوير منتجات جديدة في الحالات التي لا يمكن لها أن تحقق ذلك بكفاءة ونجاعة عند عملها بصورة منفردة، ويقوم هذا التعاون الجماعي على مبدأ تشارك أعضاء المؤسسة الافتراضية في تقديم الخبرات، والأدوات البرمجية ومعطيات المنتج وهذا التشارك يعطي الأطراف المختلفين في المؤسسة الافتراضية ميزات تنافسية قوية هي المبرر الحقيقي لوجود المؤسسات الافتراضية وازدهارها .

ومن خلال ما سبق يمكن الاتفاق على أن كل مؤسسة سياحية مهما تعددت نشاطاتها وتنوعت، فيبقى الهدف الرئيسي المشترك هو تقديم خدمات مقابل العائد المالي المتفق عليه وهذا من أجل ضمان استمرار نشاطها.

ثانيا: أهمية المؤسسات السياحية.

تلعب المؤسسات السياحية دورا محوريا في تنمية قطاع السياحة وازدهاره، ويمكن إبراز أهمية المؤسسات السياحية في النقاط التالية: (سالم و الجبوري، 2008، صفحة 11)

- إن المؤسسات السياحية تعتبر مكملة لبعضها البعض، من حيث تعدد جهات الإنتاج في هذا المجال من فنادق ومطاعم ومطارات ونقل ورحلات.
- إن المؤسسات صناعة متداخلة حيث كل عنصر فيها يقدم من قبل منتج مستقل فلا بد من خلق منتج سياحي متكامل يشبع حاجات السياح.
- تطوير السياحة الداخلية والمحافظه على المقومات السياحية.
- تكون المؤسسات السياحية كوادر مؤهلة وقادرة على إدارة قطاع حساس، والذي يخلق الانطباع الأول والأخير في نفسية الضيف.

ونظرا لدورها الفعال في التنمية الاقتصادية تكتسي أهميتها: (عبوي، 2008، صفحة 13)

- تزويد السياح بكافة المعلومات عن تاريخ البلد المضيف وحضاراته وطبيعته عن طريق اللغة الأم للسياح.
- تقديم الخدمات للزبائن الذين ينتقلون يوم بعد يوم أو ساعة بعد ساعة لضرورة العمل أو الراحة أو الترفيه أو الاستجمام، مقابل الحصول على الايرادات بالعملة الصعبة، بالتالي المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني.
- تنشيط قطاع السياحة حيث ينظر من خلالها الى تطور هذا القطاع في بلد ما من خلال توفيرها للبنية التحتية الخاصة.
- تنمية المناطق الجغرافية التي تتواجد فيها المؤسسات السياحية.
- توفير مناصب الشغل حيث تساهم المؤسسات بشكل فعال في التقليل من حدة البطالة وتخفيض من سلبيتها بتوفيرها مناصب الشغل الدائمة والمؤقتة.
- زيادة النشاط الاقتصادي للمنظمة خاصة فيما يتعلق بالمحلات التجارية محلات التحف، المطاعم، وسائل النقل.
- تسعى المؤسسات السياحية الى تعزيز الوجهة السياحية وجذب السياح، وتحقيق التنمية المحلية وكذلك المساهمة في تعزيز التواصل الثقافي بين الشعوب.

الفرع الثالث: خصائص وأهداف المؤسسات السياحية.

تتميز المؤسسات السياحية بمجموعة من الخصائص تساهم بشكل كبير في تحقيق الاهداف المحددة ، وجعلها تتميز وتبرز في سوق السياحة.

أولا- خصائص المؤسسات السياحية:

تتميز المؤسسات السياحية بعدة خصائص تتمثل في ما يلي: (مسدوي، 2008 - 2009، صفحة 66)

- إن المؤسسة السياحية تكون مرتبطة بحضور الزبون.
- تأثير النشاط السياحي بأذواق المستهلكين حيث يعتبر السائح نقطة جد حساسة للنشاط السياحي ينبغي على المؤسسات أخذها بعين الاعتبار عند تقديم خدماتها.
- تنوع وتعدد الخدمات السياحية من الامكانيات والقدرات لجذب الزبون، المواقع وأماكن الإقامة والإطعام.
- الخدمات السياحة هي مزيج من الخدمات الملموسة والغير ملموسة، حيث تشمل الخدمات السياحية عناصر ملموسة مثل: الطعام والشراب واخرى غير ملموسة مثل الترفيه والثقافة التي تخلق صورة ذهنية لدى السائح، منها ماهي أساسية وماهي تكميلية.
- صناعة السياحة أداة فعالة ومؤثرة على النظام العام وذلك بمساهمتها في خلق التكامل الاجتماعي والحضاري على المستوى الدولي والعالمي.
- منتج ذو جودة متطورة نظرا لكون المنتج السياحي خاضعا لدوافع المتطورة باستمرار فإن العارض يطور منتجه ليتناسب مع الأذواق المتجددة للمستهلكين.
- يتم إستهلاك الخدمات السياحية في مكان إنتاجها من طرف السائح لذلك لا تتحمل الدولة المضيفة نفقات النقل خارج الحدود.

ثانيا: أهداف المؤسسات السياحية.

تعتبر أقصى الأرباح من الأهداف الرئيسة لأي مشروع، والربح الذي يسعى إليه المشروع هو الفرق بين حصيلة المبيعات وتكلفت الإنتاج، ويندرج في تكلفات الإنتاج بهذا المفهوم النفقات التي يتحملها المشروع، ولكن على الرغم من أن تحقيق الربح يعتبر ضرورياً لاستمرار المشروع ونموه، إلا أنه لا يعتبر الهدف الوحيد، فإلى جانب تحقيق الأرباح، نجد أهدافاً أخرى كثيرة تكون موضعاً لإهتمام المشروعات العامة والخاصة ومنها : (جنان، 2016، صفحة 16)

- تحقيق أقصى كمية ممكنة من المبيعات كوسيلة لحصول المشروع على شهرة واسعة وثقة كبيرة في الأسواق.
- قد يكون الهدف من الإنفاق الإستثماري للمشروع القائم هو حماية النشاط الرئيسي له من خطر توقف الإنتاج.
- مشروعات لها منافع عامة والتي تنتج الخدمات الأساسية، والبنية التحتية والفوقية، وبناء المشروعات بحيث تعكس الوجه الحضاري والثقافي للبلد.
- الإستفادة من الدول المتقدمة سياحياً في تطوير المشروعات، من حيث العمل والأساليب الحديثة في التعليم والتدريب من خلال إيفاد العاملين ببعثات علمية وتدريبية، لاكتساب خبرات جديدة، وتطوير كفاءاتهم في العمل.

الفرع الرابع: مجالات المؤسسات السياحية.

تتنوع مجالات المؤسسات السياحية لتشمل مختلف جوانب النشاط السياحي، وتتنوع بشكل أساسي لتشمل كل أركانها الأساسية التي تمكنها من تقديم خدمات متنوعة وشاملة.

أولاً: أركان المؤسسات السياحية.

لكي تحقق المؤسسات السياحية أهدافها يجب أن تبنى على أسس وأركان قوية تضمن نجاحها واستمرارها، فهي تصنف حسب طبيعة الخدمات التي تقدمها إلى: (زير، 2017-2018، الصفحات 55-56)

أ- البنية التحتية للسياحة: مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء والغاز والتلفونات والخدمات الصحية، الطرق البنوك، وأن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية. (كافي، 2017، صفحة 106)

- شبكة مياه الشرب: أن أي مشروع سياحي أو فندقي لا يمكن أن يقام في أي موقع، إلا إذا أتيح له نظام يكفل تزويده بالمياه الصالحة للشرب بشكل مستمر، كما أن تحديد الكميات اللازمة من المياه تعد من الأمور التي تدخل في دراسة المشروع السياحي أو الفندقي بالإضافة إلى ضرورة صفاء المياه ونقاوتها.

- الطاقة: تعد الطاقة عنصر حيوي في أي برنامج سياحي انمائي، ويجب أن تكون الطاقة الكهربائية متاحة للمشروعات السياحية والفندقية بشكل كاف ومستمر، اخذين بعين الاعتبار العادات الاستهلاكية للسائحين من الطاقة .

- الاتصالات: يحتاج السائحين عادة إلى الاتصالات بذويهم في أماكن إقامتهم، ومن الضروري توفير وسائل اتصال لهم هاتف، تلكس، فاكس، تلغراف.

- الصرف الصحي: ان السائحون يتجنبون الذهاب إلى المناطق غير الخدومة بشبكات الصرف الصحي، لذلك فان طاقة الصرف الصحي المطبق في المنطقة السياحية ونوعيته تعد عنصرا هاما في نجاح أي برنامج سياحي .

- الشوارع في المدن والطرق السريعة خارج المدن: إن مشروعات الطرق تتطلب تكلفة استثمارية عالية، لذلك فان كثير من الدول تعطي اولوية الاستثمار لهذه المشروعات، او تلجأ إلى مؤسسات التمويل، وهي مشروعات ضرورية لتنشيط الحركة السياحية.

ب- البنية الفوقية للسياحة: مصطلح يطلق على مؤسسات الإقامة الفنادق والموتيلات، المخيمات، وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات مترجمين، وأدلاء سياحيين و المنظمات السياحية، المسارح الملاعب السينمات، وهذه الخدمات تختلف من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد. (جنان، 2016، صفحة 25)

- الفنادق: يعد المشروع الفندقي أحد العناصر السياحية وإقتصادياتها، فالفنادق أصبحت أحد مستلزمات الحضارة، فلا يمكن تصور أي بلد متحضر من دون فنادق، إذ إن التنوع وتطور الفنادق يختلف من دولة إلى أخرى حسب تصنيفها وطبيعتها عملها وموقعها، إلا أن الجميع متفقون على أن تعريف الفندق ينطلق من الهدف الذي أنشئ من أجله، وقد عرف الفندق بأنه مؤسسة فندقية تقوم بدور أساسي ينحصر بتقديم خدمة الإيواء، أو السكن للجماهير،

بالإضافة إلى واحدة من التسهيلات الآتية: خدمة الطعام والشراب وغيرها، كما تحوي الفنادق المسابح، والنوادي الصحية، والملاعب، ومراكز التسوق ومراكز المؤتمرات لرجال الأعمال، ومكاتب تأجير السيارات وعلى هذا الأساس، فإن صناعة الفنادق ليس لها حدود فاصلة بينها وبين السياحة، كما يصعب الفصل بين نشاطات النقل والإيواء والطعام والشراب، هكذا يمكن القول بأن صناعة الفنادق كانت ولا تزال في تطور مستمر، يسري على قدم المساواة مع تطور صناعة النقل، لكونها مرتبطة بالنقل ارتباطاً وثيقاً بسبب وحدة العمل.

- المطاعم: هو المكان المهيأ والمعد لتحضير وتقديم الطعام والشراب للضيوف خارج مكان سكنهم، لأسباب عديدة منها الراحة والإستجمام والعمل والتنقل، والإستشفاء أو إقامة الحفلات والمناسبات، وتعد المطاعم ركناً أساساً من أركان المشروعات السياحية إضافة للفنادق، وتعتمد حجم المطاعم ودورها على ما تقدمه من خدمات تساعد في اكتمال الخدمات لدى السائحين، وتحقق لهم أجواء الراحة والإطمئنان وتوفير جو السعادة، ولذلك يتطلب وجود عناصر ذات خبرة في مجال فن خدمة الطعام والشراب في المطاعم، أما بالنسبة إلى مواقع هذه المطاعم، فتكون في المواقع ذاتها، وأحياناً تكون هي مواقع سياحية. أما التصميم فيخضع هو لاعتبارات الفلكلور والتقليد السائدة في المنطقة.

- المكاتب والشركات السياحية: وبما أن اليوم أصبحت السياحة قطاعاً إقتصادياً مهماً كما ذكرنا سابقاً، وما لها من دور في تنمية الموارد الوطنية، بالإضافة إلى الأهمية الاجتماعية والثقافية، فانطلاقاً من هذه الأسس فقد أنشئت وتعددت وظهرت مشروعات الشركات والمكاتب السياحية التي وفرت وسهلت وأصبحت عنصراً مهماً للسائح كل المستلزمات والخدمات التي تقصر عليه الوقت، وتسهل تنقله إلى المناطق السياحية سواء أكان داخل الدولة أم إلى الدول الأخرى عبر وسائل النقل البري الجوي والبحري من خلال تقديم كل المعلومات المتعلقة بإجراءات السفر والوثائق المطلوب اصطحابها من أجل الحصول على التأشيرة (الفيزة) والإقامة بالفنادق، والتنقل بين الأماكن السياحية، بالإضافة إلى خدمات نقلهم بالحافلات في حالة السفرات الجماعية، أو نقلهم بسيارات تابعة إلى هذه الشركات ومرافقتهم بمرشدين سياحيين، كما أن هذه المكاتب والشركات توفر كل مستلزمات التعرف إلى المواقع السياحية من خلال الخارطات والنشرات والمجلات، والإيضاحات، وتقديم بعض الحسومات إلى الزبائن الذين يتعاقدون مع هذه الشركات.

- المتاحف: هي مؤسسة علمية ثقافية لخدمة المجتمع يقوم عليها بحماية وحفظ ودراسة وعرض الشواهد المادية والحضارة الإنسان على شكل حلقة متكاملة من أجل التعليم والتثقيف، وهي تعكس حضارة البلد بما تحويه من كنوز أثرية تعبر عن الحضارات الراسخة جذورها في أعماق التاريخ، ومنها المتاحف العسكرية التي تعرض فيها الآلات العسكرية، وأحداث الثورات التاريخية، كما تعرض مقتنيات تعود لفترة تاريخية محدودة أو اشخاص معينين وكذلك متاحف التراث الشعبي التي تعرض فيها تراث الشعوب من عاداتها وتقاليدها، وقد أصبحت المتاحف في عصرنا الحاضر أحد مظاهر رفاهية الأمم، حيث أصبحت دول العالم تعمل على تأسيس المتاحف المختلفة، والتي تتفاخر بها، كما أصبحت زيارة

المتاحف والتعرف إلى ما تحتوي عليه من مجموعات فنية وأثرية، أو ثقافية يهتم بها الكثير من شعوب العالم، بما تقدمه من متعة بصرية، وذوقية، لزوار المتاحف.

- المنتزهات: تعتبر المنتزهات من مناطق الجذب المهمة للترويج نظراً لجمال الطبيعة الموجودة فيها، كما تحتضن مجموعة من المزارع المنتظمة التي تحيط بالمنتزه، وهذه المزارع مصممة من قبل مهندسين زراعيين ما يتيح للفرد التمتع بطبيعة خلابة، تجعله يشعر بالسعادة والسرور، وكما يحوي هذا المنتزه حديقة حيوانات التي تعتبر أيضاً من الأماكن الترويجية التي يفضلها العديد من الناس صغاراً أو كباراً، فحديقة الحيوانات تجمع ما بين وجود الحيوانات المختلفة، ليراها الناس ووجود المساحات الخضراء للإستمتاع بها إضافة للمتنزهات، حيث تنقسم حدائق الحيوانات ما بين حدائق تضع الحيوانات والطيور المختلفة في أقفاص، وحدائق أخرى صممت حديثاً تترك الحيوانات الأليفة حرة طليقة، وهذا النوع من حدائق الحيوانات وجد رواجاً كبيراً في السنوات الأخيرة، لأنها تعطي للإنسان إنطباعاً بأنه يعيش وسط الغابة ما يعطيه قدراً أكبر من المتعة والترويج ونلاحظ أن هذه المنتزهات وحدائق الحيوانات التي يزورها السائحون بشكل كبير في أيام العطل والإجازات، إنها تجذب أعداداً كبيرة من الناس.

ثانياً: خدمات المؤسسات السياحية.

تتعدد وتنوع الخدمات السياحية المقدمة للسياح حيث يوجد من بينها خدمات أساسية لا يمكن للسائح التخلي عنها كالإطعام مثلاً، وأخرى تكميلية كالاستقبال والتنظيم، والتي يمكن تفصيلها فيما يلي:

الخدمات الأساسية وتشكل الركيزة الأساسية لأي تجربة سياحية مميزة، حيث تلبي احتياجات السائح الأساسية وتوفر له الاستمتاع برحلته بكل راحة وأمان.

أ- الخدمات الأساسية: وتشمل أهم الخدمات التي تساهم في صناعة السياحة: (زاغر، 2020-2021، صفحة 80)

- خدمات الإطعام: يعتبر القلب النابض للخدمات السياحية ومن الأقسام المنتجة الرئيسية في الفنادق أو المطاعم السياحية كالكافيتريات والمحلات العامة، حيث تعتبر خدمات الإطعام عامل جذب رئيسي للضيوف، فيتم التركيز على هندسة المطاعم وتصميمها لأنها تعتبر مسألة أساسية إضافة إلى الجو الشعاعي والمناسب من حيث الترتيب والديكور والإنارة.

- خدمات وكالات السياحة والسفر: يوجد هذا النوع من وكالات السفر والسياحة في الأسواق، التي تعتبر وجهة للسائح ويطلق عليها الوسطاء التي تتولى البيع لما تنتجه منظمو الرحلات، وتعتمد هذه الوكالات في عملها على انتشارها ووجودها في التجمعات السكانية وقربها من العميل، ويشمل نشاط شركات السياحة على الأعمال التالية: حجز وبيع التذاكر للسفر، خدمات الترفيه السياحية خدمات النقل السياحي، خدمات المزارع السياحية، حجز غرف الفنادق، أعداد وتنفيذ البرامج السياحية واستقبال الأفواج السياحية بالتنسيق مع الوكالات في أسواق السياحة العالمية .

- خدمات الإيواء (الإقامة): إن وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورة لجذب السياح وإشباع رغبتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة، حيث خدمات الإقامة أو الإيواء تقدمها جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل: الفنادق القرى السياحية الشقق المفروشة بيوت الشباب والمخيمات.

بالإضافة إلى توفير خدمات النقل التي تلي احتياجات السياح وتؤثر بشكل مباشر على تجربتهم السياحية: (قمرابي، 2010، 2011، صفحة 29).

- خدمات النقل: إن التنقل من أحد العناصر الأساسية للسياحة، حيث أنه لا يمكن لصناعة السياحة أن تعرف مثل هذه التطورات دون وسائل النقل المتطورة عبر العالم، وعلاوة على ذلك هناك علاقة جد قوية بين عدد التنقلات عبر العالم وإزدهار السياحة، وتشمل جميع خدمات النقل و وسائله التي تساهم في نقل السائح إلى وجهته المرغوبة ومنها إلى بلاده وكذلك تلك الخدمات والوسائل في داخل المنطقة السياحية، إن مقدمي هذه الخدمات هم متعددين ومختلفين في أنشطتهم، حسب أهميتهم الاقتصادية، ويتمثل في النقل الجوي، النقل البحري، النقل البري.

هذه الأنشطة تلعب دورا مهما في العرض السياحي لأنها تمثل العامل الرئيسي في الحركة السياحية، فهي الأنشطة التي تعرف أقوى موجات الابتكارات التكنولوجية (الراحة، السرعة الأمن، قدرة الاستقبال).

ب- الخدمات التكميلية: تختلف الخدمات التكميلية للسياحة من خدمة إلى أخرى والتي يمكن حصرها وتقسيمها إلى الخدمات التكميلية التالية.

- خدمات الرياضة والترفيه: تمكن السائح من المشاركة الفعالة في الأنشطة الرياضية المختلفة أو من مشاهدتها، ويمكن إدراج مصاعد التزلج تحت هذا البند على الرغم من اعتبارها وسيلة مواصلات.

- مؤسسات التجارة: تقدم تجهيزات للسائح ومواد استهلاكية في المنطقة السياحية، الخدمات الثقافية المسارح دور السينما، مواقع الاحتفالات، أماكن ومنشآت العبادة.

- الخدمات الخاصة للسياح: مثل البنوك، مكاتب تبادل العملة، محلات تصفيف الشعر، ورشات التصليح المصانع.

- خدمات الاستقبال والتنظيم: مكاتب السفر ودوائر أو مراكز الاستعلامات.

- الخدمات الخاصة: مثل الجمارك وما شابهها.

- الخدمات العامة الاجتماعية: وهي تشكل جزء من البنية التحتية العامة، مثل المرافق الصحية، الحمامات العامة ومرافق الأمن، وتشمل كذلك الخدمات الإدارية في المنتجات الإدارية وشبكات المياه والكهرباء وغيرها.

بالإضافة إلى خدمات أخرى تلي احتياجات السياح وتؤثر بشكل كبير ومباشر على تجربتهم السياحية والتي تتمثل في

مايلي: (بركان، 2015-2016، صفحة 165)

- الإرشاد السياحي: يعني تقديم المعلومات التوضيحية اللازمة للسائحين.

- الأمن السياحي: دور الأمن كخدمة سياحية كونه احد أهم المقومات المهمة على الإطلاق في دعم القطاع السياحي في جميع الدول، حيث من المؤكد استحالة وجود حركة سياحية نشطة في ظل التدهور الأمني.

المطلب الثاني: ماهية الاستثمار السياحي.

الاستثمار هو توظيف المتعامل الاقتصادي لأمواله في مشاريع إقتصادية وإجتماعية وثقافية، بغرض تحقيق مزيد من الربح والفائدة في وقت لاحق من حيث تراكم رؤوس أموال جديدة ورفع القدرة الانتاجية .

الفرع الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وأهميته.

لا يختلف الاستثمار السياحي عموما عن أنواع الاستثمارات الأخرى، فمثلما يهتم الاستثمار بتنمية وتطوير رأس المال المادي والبشري بهدف زيادة الاستثمار كما ونوعا، فإن الاستثمار السياحي يهتم بتنمية وتطوير رأس المال المادي والبشري، الذي يعد جزءا من العملية الانتاجية والخدمية في النشاط السياحي.

أولاً: مفهوم الاستثمار السياحي.

لقد تعددت التعاريف الخاصة بالاستثمار السياحي، بإختلاف وجهة نظرالباحثين فهي كلمة ذات مفهوم واسع جدا مرتبط بعدة أنشطة اقتصادية واجتماعية وثقافية، وعليه سوف نقدم بعض التعريفات الخاصة بالاستثمار السياحي وهي كالتالي:

عرف بيارماس الاستثمار السياحي على أنه: "تلك الأموال التي تقبل المنشآت السياحية دفعها حاليا، مقابل أرباح مستقبلية محصل عنها من هذه الأموال". (بن تركي و شرفي، 2019، صفحة 107)

ويعرف الاستثمار السياحي على أنه: "هو نشاط يقوم به أشخاص طبيعيين أو معنويين محليين كانوا أم أجبيين، للقيام بالخدمات السياحية كإنشاء الفنادق وأماكن الإقامة وغيرها من الخدمات التكميلية مثل: خدمات المواصلات تسويق الأسفار المطاعم والملاهي التي تقام داخل المناطق". (بن مرزوق و يدو، 2018، صفحة 124)

ويعرف الاستثمار السياحي على أنه: "المجال الذي يسمح بخلق ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة، وهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية التي تتمثل في الإنتاج التوزيع الاستهلاك الادخار والاستثمار، وتؤكد الدراسات الاقتصادية بأن ارتفاع معدلات الادخار تساعد على ارتفاع معدلات الاستثمار والذي يؤدي إلى معدل نمو أكبر والعكس بالعكس". (بشيري، 2022، صفحة 5)

بمعنى يتوقف تطور الاستثمارات السياحية على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في القطاع السياحي وعلى مدى قوة الجذب السياحي، وعلى الضمانات والحوافز الممنوحة للمستثمرين في هذا المجال .

ويتضح مما سبق أن مفهوم الاستثمار السياحي هو عبارة عن نشاط يقوم فيه المستثمر بتوجيه جزء أو كل أمواله للاستثمار في القطاع السياحي من أجل تكوين رأس المال المادي كإنشاء الفنادق وأماكن الإقامة وغيرها من الخدمات التكميلية.

ثانياً: أهمية الاستثمار السياحي.

تتمثل أهمية الاستثمار السياحي في مايلي: (سعيد و فاتن، 2016، صفحة 192)

- تحقيق عوائد معتبرة لخزينة الدولة، وزيادة رؤوس الأموال الحقيقية للمجتمعات والدول.
- المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للمواطنين.
- يعد الاستثمار السياحي جزءاً من الاستثمارات الإجمالية للدول، وهو ما يخصص من رؤوس الأموال لتمويل مشاريع القطاع السياحي.
- تعتبر الاستثمارات السياحية من أهم العوامل الجاذبة للسياح من خلال توفير أنواع عديدة من الخدمات والمرافق بمستوى عالي من الكفاءة، فالسائح يرغب في البلدان التي تتوفر فيها المطارات والخدمات المصرفية وخدمات الاتصال وغيرها بكفاءة وسرعة، إضافة إلى أماكن الإقامة اللائقة، وبالتالي فإن الاستثمار السياحي يعمل على جذب أعداد أكبر من السياح وزيادة عدد ليالي المبيت، وزيادة معدل انفاق السائح وبالتالي الحصول على دخل سياحي أكبر للدولة المضيئة.
- تعتبر الخدمات السياحية في الدول النامية أقل منها في الدول المتقدمة لأن الأجور أقل وبذلك القدرة التنافسية للدول النامية أكبر في السوق السياحي الدولي.
- السياحة عامل دعم لميزان المدفوعات للدول النامية كونها مصدر من مصادر العملات الأجنبية تعوض عن صادرات السلع والبضائع التي تكون عادة محدودة في الدول النامية.
- الفوائد الاقتصادية والاجتماعية من الاستثمارات الكبيرة مباشرة ذلك ان التجهيز السياحي يشمل عدة حقول مما يساعد على خلق فرص جديدة للاستخدام وإعادة توزيع الدخل القومي بالسياحة الداخلية بتحريك جزء من الثروات المتركة في المدن لمختلف المناطق وتنمية الاقاليم والمناطق النامية وتوزيع المشاريع الاقتصادية والاجتماعية لهذه الاقاليم اضافة إلى الاثر المضاعف للسياحة الذي تعتبر نسبته أعلى منه في بعض القطاعات الأخرى.
- تمتاز صناعة السياحة بارتباطها القطاعية المختلفة الكثيفة مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، وبذلك فإن السياحة لا تؤثر في الفعاليات السياحية فحسب، وإنما يمتد أثرها إلى معظم فروع الاقتصاد القومي.

تعتبر الاستثمارات السياحية من أهم العوامل الجاذبة للسياح من خلال توفير أنواع عديدة من الخدمات والمرافق بمستوى عالي من الكفاءة، فالسائح يرغب في البلدان التي تتوفر فيها المطارات والخدمات المصرفية وخدمات

الاتصال وغيرها بكفاءة وسرعة، إضافة إلى أماكن الإقامة اللائقة، وبالتالي فإن الإستثمار السياحي يعمل على جذب أعداد أكبر من السياح وزيادة عدد ليالي المبيت، وزيادة معدل إنفاق السائح وبالتالي الحصول على دخل سياحي أكبر للدولة المضيفة.

الفرع الثاني: عوامل جذب الإستثمار السياحي.

تتداخل عوامل جذب السياحة وجذب الإستثمار السياحي بشكل وثيق، وتؤثر على بعضها البعض بشكل إيجابي حيث توفر عوامل الجذب السياحي بيئة مناسبة لجذب الإستثمارات السياحية، بينما يؤدي الإستثمار السياحي إلى تطوير البنية التحتية وتحسين الخدمات السياحية، مما يجذب المزيد من السياح. وللتفصيل أكثر في مقومات الجذب السياحي مصنفة حسب عوامل مختلفة شاملة لكل جوانب المناخ الاستثماري: (شوقي ، 2010، صفحة 99)

- عوامل الجذب الطبيعية: المناخ الأهم، الشواطئ البحرية، والشعاب المرجانية الصحاري والواحات، المحميات الطبيعية، الجبال والبحيرات.
- عوامل الجذب العلاجية والرياضية: منتجعات للاستجمام والعلاج مستشفيات لغرض العلاج والاستشفاء، منتجعات الجولف ومنشآت وقرى رياضية وأولمبية ومناسبات رياضية مختلفة.
- عوامل الجذب الحديثة: وهي التي تشير إلى التطور الحضاري مثل المشروعات الضخمة ذات التأثير الاقتصادي ومن أمثلتها السدود العملاقة التي تحافظ على الثروات المختلفة كالثروة السمكية والثروة الغابية والطاقة وكذلك المطارات العالمية التي تجذب السياح والجسور المعلقة والقنوات التي تربط البحار والخلجان وخطوط السكك الحديدية والموانئ البحرية والنهرية.
- عوامل الجذب الإنسانية: وهي تمثل جانبا مهما في جذب السياح وذلك للتطور الذي وصل إليه الإنسان في هذا العصر من نمو الفكر والثقافة والتنمية، وما ينعكس من مشاركة شعبية لكل فئات الناس في التعبير عن ثقافتهم وتقاليدهم المحلية في المناسبات المختلفة وفي المعارض والفعاليات الخاصة .
- عوامل الجذب الاصطناعية: وتشمل بيع القطع الأثرية والتذكارية ومراكز النشاطات المختلفة كالرياضية والثقافية والمنتجعات الخضراء في المناطق الصحراوية وعلى سفوح الجبال.

كما توجد عوامل جذب أخرى أهمها: (البوطي، 2010، صفحة 29)

- عوامل الجذب السياسية: من المؤكد أن النظام السياسي في الدولة هو المحرك الرئيسي لكافة الأنشطة فيها: والسياحة واحدة من هذه الأنشطة التي تحتاج إلى إهتمام السياسة من خلال تبسيط الإجراءات

- للمستثمرين الأجانب وفتح الحدود أمام حركة السياح، والاهتمام بالبنية التحتية للسياحة من فنادق ومنتجعات و قرى سياحية و محميات.
- عوامل الجذب الأثرية والتاريخية: الحضارات القديمة والمراكز العلمية والثقافية والبحثية وهي تتمثل في عمق المعرفة الإنسانية، وربط الماضي والحاضر ومن ضمن هذه الحضارات الحضارة الفرعونية ومقابر الملوك في مصر والحضارة النوبية في السودان و آثار الكنعانيين في فلسطين و آثار الاقباط في الأردن، و آثار الفينيقيين في لبنان و آثار المسلمين و الرومان في كثير من الدول العربية مثل الجزائر و آثار العباسيين في العراق.
 - عوامل الجذب الثقافية: وتشمل الأنشطة الثقافية التي يمارسها الزوار المتمثلة في الرقصات الشعبية والفنون التشكيلية، والمطارحات الشعرية والمتاحف الأثرية والأفلام السينمائية المحلية التي تعكس العادات والتقاليد والفلكور للسكان.
 - عوامل الجذب الدينية: وهي الأماكن المقدسة والآثار والمساجد والمزارات والكنائس الموجودة في بعض المدن المقدسة مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة وبيت لحم والخليل، وقد تميز الوطن العربي بعدة عوامل نسبة لمهبط الديانات السماوية الثلاث: اليهودية والمسيحية والإسلامية.
- إن جذب الاستثمار السياحي يتطلب مجموعة من العوامل المتكاملة لتوفير بيئة مناسبة للمستثمرين، وهناك مجموعة من العناصر تجعل القطاع السياحي مستقطب للاستثمارات السياحية ولعل أهمها: (بن مرزوق و يدو، 2018، صفحة 126)
- وجود مناطق حرة كبرى يمكنها أن تكون مشاريع سياحية كمناطق التوسع السياحي.
 - توفر فرص الاستثمار السياحي المريح وتوفر الخبراء المختصين، خاصة في إدارة الفنادق والمطاعم الكبرى.
 - توفر المنشآت السياحية بمختلف أنواعها (الطبيعية، الثقافية والتاريخية).
 - توفر الهياكل القاعدية من منشآت للنقل والصحة والمصارف والاتصالات الحديثة.
 - مقدرة الشعوب على ممارسة النشاط السياحي وتوفر روح الضيافة والكرم .
- حيث أن مجمل الظروف والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والمؤسسية والقانونية، يمكن أن تؤثر على فرص نجاح المشروع الاستثماري، إذ يعتبر المناخ الاستثماري نتاج تفاعل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تؤثر على ثقة المستثمر وتعمل على تشجيعه وتخفيفه على استثمار أمواله في دولة ما دون أخرى .
- إن المقومات السياحية وحدها لا تكفي لجذب الاستثمار السياحي ما لم يكن ذلك مرفوقا بمجموعة من الأسس منها :

- الإستقرار السياسي والأمني .
- التنوع الاقتصادي وخاصة الاعتماد على القطاعين العام والخاص .
- تلاؤم التشريعات للاستثمار السياحي وضرورة تكييفها للاستثمار الذي يتميز بنوع من التعقيد.
- تحديث وتطوير مستمر للبنية التحتية للدول من مواصلات واتصالات وخدمات صحية ، بنكية، وغيرها
- إذا توفرت هذه العوامل والظروف فنحن أمام مناخ استثماري عام شامل، ووجوده ضروري لنجاح وتحفيز عملية الاستثمار على اي مستوى وفي أي مجال .

الفرع الثالث: معوقات جذب الاستثمار السياحي.

هناك العديد من المعوقات التي تحول دون تطور الإستثمار السياحي حيث أن القطاع يشهد مجموعة من العراقيل أهمها: (تقررات، عدة، و كزيز، 2018، صفحة 117)

- إنخفاض مستوى التكوين والتأهيل لدى العاملين بالقطاع السياحي خصوصا العاملين في المؤسسات السياحية الفندقية.
- التأخر الذي شهده قطاع البنى التحتية المطلوبة لإنعاش النشاط السياحي من مرافق عامة وخدمات البنية التحتية في المناطق السياحية المستهدفة.
- ضعف جودة المنتج السياحي والخدمات المقدمة للسياح الأجانب، والتي تبتعد كثيرا عن معايير الجودة العالمية في سوق السياحة.

كما يواجه معوقات تحد من قدرته على جذب الاستثمارات وتطويرها (مفاتيح، 2017 - 2018، صفحة 58)

- وجود عقبات كثيرة أمام تدفق الاستثمارات وعدم تقديم تسهيلات لانتقال السياح والمؤسسات الاستثمارية، وصعوبة تحويل العملة الصعبة عبر البنوك والمؤسسات السياحية.
- الافتقار إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطورها مما أدى إلى تدهور القطاع السياحي.
- تقليدية البرامج السياحية وعدم وجودها أصلا مما يقف حائلا دون إطالة مدة إقامة السائح.
- تواضع خطط الترويج والتسويق للوجهات، وقصور الإعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث والإعلام السياحي.
- تواضع نوعية المنشآت والخدمات وضعف أو قصور في المرافق الأساسية والخدمات كالطرق والكهرباء والاتصالات والصرف الصحي.
- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عمل مؤهلة.

- ضعف الثقافة السياحية، مما أدى إلى تواضع الوعي السياحي وتخلف النوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين، ضعف وقصور وعدم إنتظام النقل البري والبحري والجوي وعدم وصول كل طرق إلى مواقع الجذب السياحي.
- ضعف تكنولوجيا المعلومات والاتصال للقطاع السياحي، مما أدى إلى الفقر الواضح في البيانات والمعلومات لدى السياح، حيث غاب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي.
- ضعف موقع التنمية السياحية في الخطط التنموية مما يقلل من أهميتها في إطار تواضع التخصيصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة أو المخطط لها وضعف أداء السياسات العامة في تبنى إستراتيجية واضحة المعالم للسياحة.
- عدم كفاية وسائل الحد من تخريب الآثار والقطع التاريخية أو إرجاعها مما أسهم في تفاقم مشكلة فقر المعالم السياحية.

المبحث الثاني: واقع وآفاق جذب الإستثمار السياحي في الجزائر.

إن الاستثمار السياحي يشكل دعامة أساسية لتطوير قطاع السياحة لأي بلد، ولكل دولة خصوصيتها فيما يتعلق بجذب الإستثمار السياحي وذلك لما يميزها من مقومات وعوامل تجذب أنواعا مختلفة من السياح، وتزخر الجزائر بثروات تنوع من منطقة إلى أخرى تجمع بين ثروات طبيعية وأثرية تاريخية تجعل منها منطقة سياحة بامتياز جاذبة للاستثمارات السياحية .

المطلب الأول: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.

تعتبر الجزائر موقعا سياحيا إقليميا هاما تستمد أهميتها ومكانتها من موقعها الجغرافي من ناحية، ومن أهميتها على الخريطة السياحية البحرية والصحراوية والجبلية والعلاجية والأثرية من جهة أخرى.

الفرع الأول: الاستثمار السياحي في الجزائر.

يمثل الإستثمار السياحي عنصرا حيويا وفاعلا في تحقيق عملية التنمية لأي بلد، حيث أن أي زيادة في حجم الاستثمار سوف تؤثر على حجم وتوزيع المشاريع السياحية المختلفة ومن ثم تدفق حجم المجاميع السياحية إلى الأقاليم، وتعني بذلك الزيادة في حجم العوائد السياحية والزيادة في مستوى الأرباح التي تؤدي بدورها إلى تطوير نوع وحجم الخدمات السياحية من هنا تأتي أهمية تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة كأحد متطلبات التنمية الاقتصادية لأي بلد.

وقد صنفت الجزائر من قبل المنظمة العالمية للسياحة من بين عشر دول الأجل من حيث الموارد السياحية في العالم، ورغم إعترافها بأن المنتج السياحي والمتمثل في المرافق السياحية من فنادق ومنتجعات ومراكز تسوق مازالت متواضعة، إلا أن الجزائر بإمكانها سد هذا النقص بفضل فتح المجال أمام الاستثمار في القطاع السياحي وسواء كان استثمار محلي خاص أو أجنبي وهو الشيء الذي من شأنه أن يجعل الجزائر مقصدا سياحيا مهما في حوض البحر الأبيض المتوسط، لذا تعمل الجزائر على إجراء تغييرات في القطاع السياحي، ويمثل الاستثمار الأداة الفعالة لتحريك القطاع من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو تجديد المشاريع القائمة في مجال الإيواء، الإطعام، النقل، التسلية والترفيه وغيرها من الخدمات التي تؤدي إلى النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر. (بجي، 2022، صفحة 06).

الفرع الثاني: مقومات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر.

بالنظر إلى المقومات و القدرات البشرية والمادية والطبيعية التي تتوفر عليها الجزائر، فإن هذا يسمح لها الاخذ بالاستثمارات السياحية والتي أصبحت تعد من بين أهم الموارد السياحية، لكن هذا القطاع في الجزائر مازالت تواجهه مجموعة من المشاكل والمعوقات التي أدت الى وجود بيئة إستثمارية غير مشجعة وتقف عائقا امام المستثمرين المحليين والأجانب، وهناك العديد من مقومات الجذب السياحي التي تلعب دورا مهما في تطوير وجذب الاستثمارات السياحية في الجزائر.

أولاً: مقومات الجذب السياحي.

تمتع الجزائر بمقومات طبيعية وثقافية وتاريخية هائلة تجعلها وجهة سياحية جذابة، مما يفتح الباب أمام جذب الاستثمارات في هذا القطاع وأهم هذه العوامل:

أ- عوامل الجذب الطبيعية: للجزائر إمكانيات ومقومات طبيعية تساعد على تقديم المنتج السياحي الجيد والمنافس لغيره وذلك يرجع إلى التنوع البيئي والمناخي الفريد من نوعه بالعالم بالمناطق السياحية، و في ما يلي عرض لتلك المقومات التي تتوفر عليها الجزائر. (زعرور و السبتي، 2018، صفحة 255)

- الموقع الجغرافي: تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الإفريقية، بين خطي طول 9 غرب. غرينتش و 12 شرقه و بين دائرتي عرض 19 و 37 شمالاً، تبلغ مساحتها 2.381.741 كيلومتر مربع، أكبر بلد أفريقي وعربي من حيث المساحة، والعاشر عالمياً، تحتل مركز محوري في المغرب العربي.

المناخ: تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ نذكرها فيما يلي:

- مناخ البحر الأبيض المتوسط: يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموماً من شهر أبريل إلى شهر أكتوبر تتميز بفصلين الأول، ممطر و دافئ و طويل هو الشتاء، والثاني هو الصيف يكون جاف و حار وقصير.

- مناخ شبه القاري: يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ إنتقالي بين المناخ المتوسطي و المناخ الصحراوي و يتميز بموسم طويل بارد و رطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي والأمطار فيه أقل كمية لا تتجاوز 400 ملم السنة.

- المناخ الصحراوي: يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة و غير منتظمة و بجو جاف و إرتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحياناً إلى 40 درجة مئوية أو تفوق ذلك، كما تتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر، أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط و دافئ، و هذا ما ينشط حركة السواح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب و الواحات .

التضاريس: تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب وهي أقاليم مختلفة تتمثل في مايلي:

- الشريط الساحلي: يمتد من واد كيس ببلدية مرسى بن مهدي ولاية تلمسان" في الحدود الجزائرية - المغربية غرباً، إلى " واد سواني السبع " ببلدية الصوارخ ولاية الطارف " في الحدود الجزائرية التونسية شرقاً، ماراً على 420 بلدية ساحلية، وهو مكون من حزام أرضي عرضه الأدنى 800 متر، و من مجموعة من الجزر، والجزر الصغيرة و الاجراف القارية، وقد إكتشف أن طول الساحل ليس بال 1200 كلم، و هو ذات الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي بل

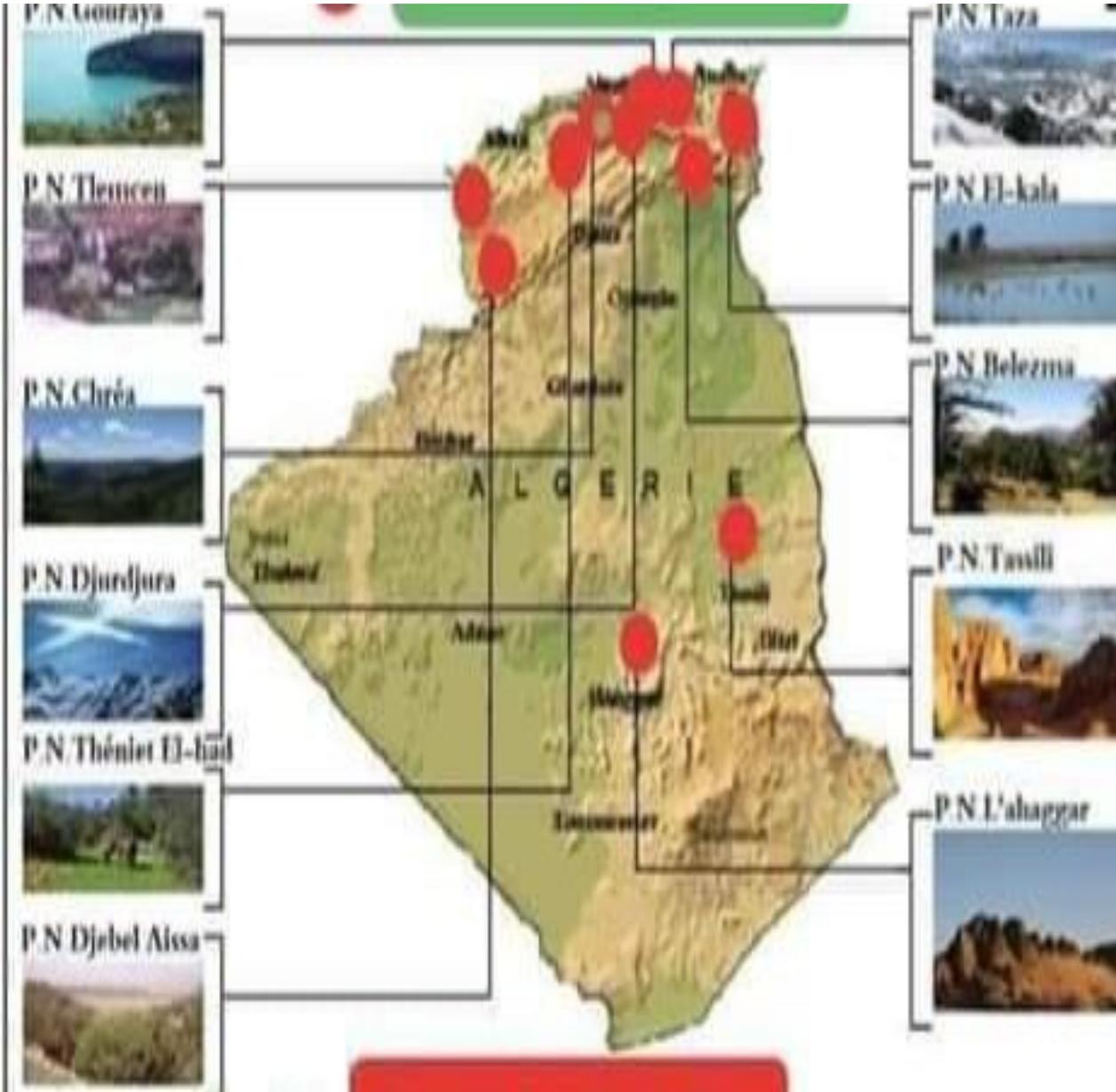
- تجاوزه ب 422 كلم ليصبح طول الشريط الساحلي 1622.48 كلم، على إمتداد خطي يقارب 2198.44 كلم مساحته الأرضية 3929.41 كلم، الجزء البحري منه يقدر ب 31927.41 كيلومتر.
- الأطلس التلي والهضاب العليا: يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعة السلاسل الجبلية، فهناك سلسلة الأطلس التلي و سلسلة الأطلس الصحراوي بينهما سهول ساحلية، أشهرها سهل متيجة وهران و عنابة و كذلك هناك سهول داخلية أشهرها سهل تلمسان و سيدي بلعباس، و نجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الإرتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس و قمة لالا خديجة و الونشريس وغيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن إستغلالها لممارسة السياحة الجبلية بممارسة بعض الرياضات، أما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و 1000 متر، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف و تبسة.
 - الصحراء والأطلس الصحراوي: تعتبر الصحراء أكبر منتوج سياحي تتوفر عليه الجزائر تتربع على مساحة شاسعة تعادل 80% من المساحة الكلية للبلاد، و هي من أكبر الصحاري في العالم مما يجعلها القبلة الأولى للسياح الأجانب خاصة في الفترة جانفي - أبريل، فتتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف وذات التكوين البركاني و رمالها الذهبية، وواحاتها الخلابة المتنوعة عبر مناطقها إلى جانب غابات النخيل وترتبتها الحصبة وكتبانها الرملية، أما الأطلس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطلس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب جبال الحضنة .

هذا وتتمتع بمجموعة من المحميات الطبيعية حيث نجد:

- الحظيرة الوطنية للقالا (78000 هكتار): تقع شمال غرب الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط، وتضم 03 شواطئ و03 محميات، تحتوي على 50 نوعا للطيور و أنواع من الحيوانات الأخرى.
- حظيرة جرجرة (500.18 هكتار): وتقع في قلب الأطلس التلي تبعد 50 كم عن الجزائر العاصمة، تستقر فيها الفلوج لمدة ثلاثة أشهر (ديسمبر، جانفي فيفري).
- حظيرة غابات الأرز ثنية الحد (616.3 هكتار): تبعد 3 كم عن مدينة ثنية الحد، وتقع إلى حافة سلسلة الونشريس في الأطلس التلي.
- حظيرة الطاسيلي (100 هكتار) و تشمل الطابع الأثري، تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية و هي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982.
- الحظيرة الوطنية للهقار: أنشئت عام 1987 و المعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو و هي تضم هضبتي الأتاكور، الحظيرة النباتية والحيوانية بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12000 سنة.
- هناك مجموعة من الحظائر الوطنية مثل بلزمت (600 هكتار) باتنة، و تازا (300 هكتار) جيجل وقورارة (100 هكتار).

- حديقة التسلية و الترفيه بن عكنون (304 هكتار): تشمل على منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية و الإفريقية.
- حديقة التجارب "الحامة": موجودة في قلب العاصمة، تعد متحفا فعليا لطبيعة تضم 2500 نوع من نباتات و أشجار عمرها مئات السنين، و أكثر من 25 نوع من أشجار النخيل، تتربع على مساحة 32 هكتار، تضم حديقة "الحامة"، حديقة الحيوانات، ومدرسة تعليم زراعة الجنائن و مركزا مخصصا للإختبارات.

الشكل رقم 03: خريطة المحميات الطبيعية.



المصدر: المديرية العامة للغابات.

ب- عوامل الجذب التاريخية والثقافية: إن المعالم التاريخية والثقافية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلت منها مهد الحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على إنتمائها إلى الفضاء المتوسطي والفضاء الإسلامي الأفريقي، وتشهد المعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة بالجزائر على نبل وعظمة الحضارات المتعاقبة من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على التاريخ، وما يظهر عليها هو قاعة بني حمادة ببجاية، وقد صنفت منظمة اليونسكو سبعة مواقع أثرية على قائمة التراث التاريخي العالمي: منطقة الطاسيلي، تيبازة، جميلة، تيمقاد، وادي مزاب، ومنطقة القصبة. (بن حملاوي ، 2018 - 2019 ، صفحة 114)

الجدول رقم 01: المعالم الأثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو.

المعلم الثقافي	الموقع	سنة التصنيف
قلعة بني حماد	ولاية المسيلة	1980
جميلة	شمال شرق مدينة سطيف	1982
وادي ميزاب	غرداية	1982
طاسيلي ناجر	سلسلة جبلية تقع في ولاية البيزي	1982
تيمقاد	مدينة باتنة	1982
الاثار الرومانية	المدينة الاثرية بتيبازة	1982
القصبة	مدينة الجزائر العاصمة	1992

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية بتصرف .

كما توجد آثار في المناطق الصحراوية ولوحات جدارية في الطاسيلي والأغر، دون أن ننسى الزوايا التي تجذب الكثير من الراغبين بزيارتها مثل زوايا التيجانية وزوايا العيسوية، بالإضافة إلى الآثار الموجودة في المتاحف المنتشرة عبر التراب الوطني، متحف سيرتا بقسنطينة، متحف سطيف، متحف ناصر عيدين في بوسعادة.

تلعب الحرف التقليدية أيضًا دورًا أساسيًا في تقديم صورة للبلاد من خلال المنتجات المتنوعة التي يقدمها الحرفيون والتي تمثل ثقافتها، وتتمتع الجزائر بتراث تقليدي تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ ويعتبر تعبيرًا حقيقيًا عن أنماط حياة الجزائريين الذين عملوا على الحفاظ عليه وتعزيز بقائه وتعميمه بين الأجيال، وتتمثل هذه الصناعات التقليدية في صناعة الفخار، وصناعة المجوهرات الفضية والذهبية، وصناعة السجاد، والتطريز على القماش، وصناعة النحاس، بالإضافة إلى الملابس التقليدية، حيث أن لكل منطقة لباسها الخاص الذي يعرف من خلال الأعياد والاحتفالات الوطنية والمواسم السنوية، ومن هذه الاحتفالات نذكر عيد السجادة ، وفي غرداية مهرجان المجوهرات ، موسم تاغيت، ربيع الأغر، أسبوع تميمون.

ولذلك لا بد من احتساب وتقدير هذه الحرفة التاريخية المحلية والقدرات الثقافية وتعزيزها وتوعية الشباب بضرورة الحصول على المؤهلات في هذا المجال.

ج- عوامل الجذب المادية: شبكة الطرقات تصل شبكة الطرقات في الجزائر إلى 109452 كلم وتميزت بتركزها في المنطقة الشمالية للبلاد وهي مقسمة كالآتي: (خنوش، 2017، صفحة 92)

- شبكة الطرق الوطنية: 28275 كلم - الطرق الولائية 23926 كلم - الطرق البلدية 57251 كلم، وتجدر الإشارة إلى مشروع القرن في الجزائر وهو الطريق السيار شرق غرب الذي يمتد من شرق البلاد إلى غربها على مسافة 1216 كلم.

- النقل البحري: إن العمل البحري في الجزائر يعتمد على 13 ميناء للعديد من الخدمات كالتجارة والصيد البحري إضافة إلى ميناءين متخصصين في المحروقات، وكذلك العديد من الموانئ الصغيرة التي تستعمل للصيد البحري والترفيه كما تحتوي على حجرات بحرية لأمن الملاحة ومحصات الدفاع الساحلي، ومن أهم الموانئ نجد ميناء وهران الجزائر، عنابة والتي تضمن 75% نسبة حركة الملاحة .

- النقل الجوي: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا إذ نجد 31 مطارا موزع عبر كامل التراب الوطني، أغلبها مطارات دولية وتغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا، إفريقيا والشرق الأوسط كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية والمناطق الساحلية.

ثانيا: مقومات جذب الاستثمار السياحي.

كما تتمتع الجزائر بمقومات هائلة لجذب الاستثمار السياحي، تجعلها وجهة مثالية لمختلف أنواع السياحة من مختلف أنحاء العالم، وتشمل هذه المقومات ما يلي: (اهتان و شويرب، 2016، صفحة 95)

- الاستقرار السياسي والاقتصادي وثبات سعر صرف العملة المحلية .
- سهولة إجراءات تنفيذ الاستثمار والتعامل مع الجهات الرسمية.
- تحقيق عائد مجزي من الاستثمار وحرية تحويل الأرباح، وتوفير المشروعات السياحية ذات الجدوى الاقتصادية .
- توفر البنى التحتية واتساع حجم السوق الداخلي .
- وضوح القوانين وسهولة الحصول على ترخيص الاستثمار واحترام البلد المضيف للاتفاقيات التي يعقدها مع الغير.

كما تتوفر على مجموعة من المقومات السياحية لجذب الاستثمار السياحي في الجزائر منها: (الدباغ و خضر شبر، 2015، صفحة 152) :

يعتبر عامل الأسعار في الخدمات السياحية في الدول النامية ومن بينها الجزائر تكون أقل من الدول المتقدمة لأن الأجور عادة تكون أقل، وبناءً على توافر هذه الميزة النسبية في البلدان النامية، فإن السائح يفضلها عن البلدان المتقدمة من هذه الناحية، فالسائح يفضل البقاء فترة أطول والحصول على سلع وخدمات أكثر، وبمصرفات أقل،

هكذا اذن يضاف عامل آخر مهم من مقومات نجاح الأستثمار السياحي في الجزائر، يعمل على ضمان سوق العرض والطلب للسلع والخدمات الناتجة عن هذه الاستثمارات .

هكذا إذن فان مقومات نجاح الأستثمار السياحي موجودة في الجزائر، وما ينقصها سوى القيام بعملية الاستثمار في هذا المجال وتوفير أماكن الايواء والطعام والتسلية، وتوفير الطرق والسكك والمرافق العامة وكلها يُعد ضمن مجالات السياحة.

الفرع الثالث: معوقات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر.

هناك العديد من الصعوبات التي تحد من الإقبال على الاستثمار في مواقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده، ومن بين هذه التحديات: (ماهر، 2014، الصفحات 650-651)

تدهور المحيط الطبيعي والثقافي المتمثل في :

- تدهور البيئة الطبيعية وتعرضها لمختلف انواع التلوث، فالازدحام الكبير الذي تعرفه الشواطئ الجزائرية بسبب قلة المرافق السياحية على مستوى البلاد وانعدام سياسة للتنمية السياحية ترمي الى ترقية السياحة في المناطق الداخلية ادى الى تدهور الشريط الساحلي وتشويه منظره .
- تعرض التراث الثقافي والتاريخي الى عدة اضرار تتمثل في عمليات السرقة للآثار مما يعرضها للتشويه والاتلاف، كما أن وجود الذهنيات المعادية التي تعتبر السياحة مصدرا للتشويه والعنف الثقافي يجعل المستثمرين الاجانب لا يقدمون على التفكير بالاستثمار في الجزائر.
- الوضع الأمني وعدم الإستقرار الاقتصادي والاجتماعي الذي عرفته البلاد منذ الثمانينات أدى إلى تشويه صورة الجزائر في العالم

إن الصناعات التقليدية تشكل عنصرا هاما في المنتج السياحي، هذه النشاطات يقوم بها الحرفيون الخواص يحتاجون الى دعم من طرف السلطات العمومية، لاسيما تأطيرها المهني من خلال تحفييزات جبائية، مالية وترقوية نظرا للصعوبات التي يواجهها الاستثمار في هذا المجال المتمثلة في:

- الحصول على مقررات وقروض لاسيما الحرفيون الذين يمارسون نشاطهم في البيت او الذين لايتوفرون على ضمانات بنكية .
- عدم وجود شبكة تنظيمية لوظائف التموين والتسويق ملائمة مع خصوصيات هذه الحرف .
- ضعف برامج التكوين وعدم وجود نظام تمهين ملائم للصناعات التقليدية تدعمه اجراءات تشجيعية وتحفيزية .

ويشكل الإستثمار السياحي أهم عوامل التنمية السياحية، إلا أنه يتعرض في الجزائر لمشاكل تحد من مردوديته وفعاليتها، وتتمثل أهم المعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي فيما: (بن تركي و شرفي، 2019، صفحة 117).

- عائق العقار السياحي: يتلقى العقار السياحي العديد من العراقيل التي تقف امام المستثمرين سواء المحليين او الاجانب ، نظرا لتعقد اجراءات الحصول على مثل هذه العقارات ،من جهة وارتفاع اسعارها من جهة اخرى ، حيث يتطلب النشاط في العقار السياحي موارد كبيرة لانشاء المرافق السياحية الاساسية من فنادق ومراكز سياحية ، وهنا نذكر العديد من التلاعبات وعمل مضاربة استغللت الثغرات القانونية في هذا الشأن ،وعليه جاء القانون 03/03 الصادر في 2003/02/17 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية في المادة 20 منه مايلى : "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء في مخطط التهيئة السياحية ويضم الاراضي التابعة للاملاك العمومية والخاصة ، وتلك التابعة للخواص " .
- العوائق الادارية والقانونية لجذب الاستثمار السياحي: عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت الباب امام الاستثمارات السياحية، فوضعت العديد من الامتيازات بغية جذب الاستثمارات الاجنبية في المجال السياحي، ولكن في واقع الامر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا او اجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، ومن اهم هذه العراقيل نجد الاجراءات الادارية المرهقة للمستثمر السياحي، وعدم استقرار القوانين والتشريعات .
- غياب التكتلات السياحية الدولية والعربية: عدم انضمام الجزائر الى المنظمة العالمية للتجارة جعلها في وضعية تنافسية اقل مقارنة مع الدول المتقدمة لجذب الاستثمارات السياحية الاجنبية، وهذا نظرا لما في هذا الانضمام من شروط واجراءات التي هي في صالح المؤسسات الاجنبية، والتي لم تصادق عليها الجزائر، اذ ان اكبر الدول استقطابا للاستثمارات السياحية، في الدول المنظمة للمنظمة العالمية للتجارة، لان الاستثمار في المشاريع الخدمية وخصوصا السياحية منها غالبا ما ينظر اليها على انها نشاط محفوف بالمخاطر، لذلك فبالرغم من توفر المقومات الطبيعية فانه من الصعب بمكان الحصول على التمويل اللازم للمشاريع السياحية، نظرا لغياب الانخراط في المنظمات، حتى وان نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع للاراضي المحددة لهذا الغرض .

كما يواجه الاستثمار السياحي مشكل التمويل الذي يعرقل مساره ويتلخص في: (غديري، بلفتحي، و بوجبل، 2020، صفحة 139)

- مشكل التمويل والجدوى الاقتصادية: تعتبر الجزائر من البلدان النامية التي تعاني من عدم توفر راس المال المطلوب لتمويل المشاريع السياحية، والتي تتطلب اموال جد ضخمة وكذلك صعوبة الحصول على القروض، بالاضافة الى تكلفتها المرتفعة، هذه المشاكل التمويلية تقف عائقا اساسيا للاستثمار في القطاع السياحي، مما يجعل درجة المخاطرة في هذا القطاع كبيرة، بالاضافة الى قلة دراسات الجدوى الاقتصادية في مجال السياحة الامر الذي يؤخر جذب المستثمرين الى هذا القطاع.

كل هذه العراقيل كانت سببا في قلة الاستثمارات السياحية وضعفها، لذلك عمدت الدولة الجزائرية الى مواجهتها وتذليلها تدريجيا، حتى يتسنى لها الاستفادة من الاستثمار السياحي واستغلال الموارد التي تتمتع بها الجزائر استغلالا امثل لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الثاني: التدابير والاستراتيجيات الموجهة لجذب الاستثمار السياحي في الجزائر.

تتنوع إستراتيجيات جذب الاستثمار السياحي لتشمل خططا شاملة على مختلف المستويات، تهدف جميعها الى تعزيز مكانة الوجهة السياحية وتشجيع الاستثمار في مشروعاتها.

الفرع الاول: التدابير المتخذة لدعم الاستثمار السياحي في الجزائر.

إجراءات التهيئة والتحكم في العقار السياحي من جهة، وتمويل المشاريع الاستثمارية من جهة أخرى (عزوز و بلايلية، 2022، صفحة 94)

أولا: التهيئة والتحكم في العقار السياحي:

يتم التهيئة والتحكم في العقار السياحي من خلال:

- الشروع في دراسة لتحديد والتصريح وإعادة تشكيل مناطق التوسع السياحي مواصلة دراسات التهيئة لـ 100 منطقة توسع ومناطق سياحية.
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لسبعين منطقة توسع سياحي.
- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي الفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وذلك بغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين.

ثانيا: تأطير وتمويل المشاريع السياحية:

تم عملية التأطير للمشاريع السياحية عن طريق تكييف التمويل، وفقا للخصوصيات التي تميز مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات استرجاع رأس مال الاستثمارات السياحي، وقامت الدولة بتخفيض يتراوح ما بين 3% و 4.5% في نسبة الفوائد المطبقة على القروض البنكية من أجل نشاطات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي ستنجز في ولايات الشمال والجنوب، كما استفاد المستثمرين من نسبة منخفضة من الحقوق الجمركية، فيما يخص اقتناء التجهيزات والأثاث غير المنتجة محليا وفقا للمعايير الفندقية والمندرجة في إطار عملية التحديث، فضلا عن تخفيض بنسبة 50% بخصوص الاستثمارات الموجهة للولايات الشمالية الداخلية وتخفيض بنسبة 80% بالنسبة لولايات الجنوب من تكلفة التنازل عن الأراضي السياحية الضرورية لإنجاز مشاريع خاصة بالاستثمار السياحي.

إن توضيح دور الاستثمار السياحي في النهوض بقطاع السياحة الجزائرية باعتباره خيار استراتيجي، وذلك من خلال توضيح الرؤية المستقبلية التي جاءت بها مخططات التهيئة المتعلقة بالقطاع السياحي، حيث نجد أن الاستثمار

السياحي بالجزائر ضعيف ولا يرقى الى مستوى الطموحات رغم الجهود المبذولة، و يواجه العديد من المعوقات أهمها جملة القوانين الاستثمارية التي لا تساعد على جذب الاستثمارات، لذلك لا بد من ضرورة تشجيع الاستثمار في هذا القطاع وترقيته وتحويله الى صناعة قائمة بذاتها .

الفرع الثاني: الاستراتيجية الموجهة لتنمية السياحة الجزائرية .

نظرا للدور الفعال الذي يلعبه القطاع السياحي، وفي سبيل تنويع صادرات الجزائر خارج المحروقات سطرت السلطات المحلية برنامجا طويل الأمد وخصصت له ميزانية وجهود كبيرة، من أجل إنشاء وإعادة التوازن لمختلف الأقاليم في الجزائر وترقيتها، ويعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية حيث تعتمد الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، وجعله في مصف القطاعات الأخرى.

أولا: استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي.

بعد فشل السياسات والتدابير العديدة المتبناة من طرف الحكومة الجزائرية للنهوض بقطاع السياحة وترقيته، عملت الجزائر على إعادة بعث القطاع السياحي، حيث تم صياغة خطة حول تطوير قطاع السياحة في آفاق 2010 في شكل وثيقة، والمسماة بمخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة في الجزائر آفاق 2010 وبعد سنتين من تنفيذه تم إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستوى الداخلي والخارجي ليصبح مخطط أعمال لآفاق 2013، وتمشيا مع ذلك وبعد عدة تعديلات تم تجسيد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030. (بن تركي و شرقي، 2019، صفحة 116)

ثانيا: الاستراتيجية المتبعة للتنمية السياحية في الجزائر.

لقد أعطت الدولة خلال السنوات الاخيرة إهتماما كبيرا بقطاع السياحة نظرا لأهميته الاقتصادية والاجتماعية على السواء، فلجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات التنمية المستدامة لهذا القطاع والقوانين الخاصة، باستغلال الشواطئ وكذا مناطق التوسع السياحية، وقد قررت الدولة خصصة القطاع من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية المكلفة بتسيير 174 منطقة توسع سياحي، وقد صادق المجلس الشعبي الوطني يوم 06/01/2003 على مشروع القانون المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة والمواقع السياحية، وقد أخذت التعديلات المقترحة على مشروع القانون بعين الاعتبار ضرورة الارتقاء بهذا القطاع إلى مصاف القطاعات المساهمة في زيادة الثروة، ولذلك تسييره عقلانيا وتمحورت هذه التعديلات حول:

ضرورة وضع حد لعدم الانسجام السائد في التنمية السياحية التي تعرفها المؤسسات السياحية الوطنية وذلك بتبني أسلوب جديد في التسيير يضمن الاستمرارية في العمل ويعتمد على تنمية الثروات الطبيعية والثقافية والحضارية المتاحة.

توفير العرض السياحي وكذلك تطوير وبعث أشكال جديدة للأنشطة السياحية تلي حاجات السواح، وقد أكد وزير السياحة على الأهمية القصوى التي تكتسبها عملية ضبط استراتيجية وطنية واضحة في ميدان السياحة وكذلك ترقية الاستثمار والشراكة والاستغلال الأمثل للعقار السياحي، وقد صادق المجلس الشعبي الوطني على مشروع التوسع والمواقع السياحية مع تسجيل 31 تعديلا على نص المشروع، وقد تركزت التعديلات حول العقار السياحي الذي يعرقل الاستثمار السياحي عبر مختلف مناطق الوطن كتلك المتعلقة بالعقوبات ومخطط التهيئة السياحية وآليات المراقبة، لاسيما الخاصة بتحويل الأملاك العقارية و الاستثمار وقد أكد أعضاء المجلس أن مشروع القانون هذا من شأنه تحديد المواقع السياحية وحمايتها من الخطر العمراني ومن المناطق الصناعية للقضاء على الفوضى والحفاظ على الملكية الخاصة مع منح الأولوية في الاستثمار إلى صاحب الملكية. (عزوز و بلايلية، 2022، صفحة 161).

ثالثا: إستراتيجية التهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2030.

وهي مجموعة أشغال لانجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية وتعد التهيئة السياحية إحدى أهم الآليات الداعمة لحركة الاستثمار السياحي في الجزائر.

أ- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: (Schéma directeur d'aménagement touristique)

يمثل الاطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر SDAT، ويعد جزء من المخطط الوطني لتهيئة الاقليم في آفاق 2030، وقد تم اعداده سنة 2007 من قبل وزارة تهيئة الاقليم والبيئة والسياحة بالتعاون مع اللجنة الفرنسية التي قامت بكتابة تقريرالخبرة حول النقاط والمخاور المرجعية لهذا المخطط إذ أنه يعلن نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، وال المدى المتوسط 2015، وال المدى الطويل 2030 في إطار التنمية المستدامة أي أنه يترجم إرادة الدولة في تامين القدرات الطبيعية، والثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية. (بله، 2022-2023، صفحة 129).

ب- الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: يحتوي المخطط التوجيهي على خمسة أهداف رئيسية وهي: (التهيئة السياحية، 2024)

- جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع للمحروقات.
- ضمان اشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة.
- تامين التراث التاريخي، الثقافي والديني.
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

و يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات هي:

- تتمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية.
- نشر مخطط جودة السياحة لتطوير التميز في العروض السياحية الوطنية بإدماج التكوين من خلال الارتقاء المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- مخطط تمويل السياحة.

كما يهدف المخطط إلى تحقيق انسجام القطاع السياحي مع بقية قطاعات الاقتصاد الوطني ويعبر عن إرادة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر: (سليمان و شنهني، 2019، الصفحات 128-130)

1. مقارنة جديدة: إن هذه المقاربة الجديدة حضيت في اطار استراتيجي بتنمية السياحة والاستثمار السياحي في الجزائر في آفاق 2030، حيث تتموضع حول نهج تنسيقي واسع وقوي مع القطاعات الاخرى، من خلال شراكة تضم الدولة والجماعات المحلية، إضافة إلى مهني القطاع والقطاعات الاقتصادية الاخرى .

من جهة أخرى سيتم التوحيد من خلال مقارنة نوعية تميل إلى إعطاء أهمية للقطاع، المؤسسات ، المنتج السياحي ، عن طريق سياسة تسويقية ، من خلال مرونة الاختيار للمنتوجات والشركات المرجو تنميتها من خلال الشراكة، التكيف مع الأسواق العالمية، وهذا في إطار عرض أمام السائحين وطالبي الخدمة السياحية أنواع من المنتجات السياحية ذات الجودة العالية حسب الاحتياجات وحسب مستواهم الثقافي، حيث أن هذا الاتجاه يتوافق مع المتطلبات العالمية للسياحة وجذب الاستثمارات السياحية وتنميتها وتطويرها .

2 . إستراتيجية مستدامة ومنسقة: إن استراتيجية تنمية القطاع السياحي لآفاق 2030، تتماشى مع برنامج الحكومة والذي يدعم برنامج تحسين جودة العرض السياحي، وكذا استدامة وحفظ الثروات والمساحات وأخيرا التشاور مع جميع الشركاء وفاعلي القطاع، وهذا يؤدي الى تعزيز جذب الوجهة السياحية في الجزائر واستعادة أجزاء من السوق وذلك من خلال تحقيق الأهداف الرئيسية :

- تعزيز وتنمية جودة العرض السياحي والخدمات ونمو القطاع .
- الترويج السياحي على المستوى الوطني مع الأخذ بعين الحسبان الثروات الطبيعية والبشرية.
- تشجيع وتطوير الاسواق الجديدة، الشركات والمنتجات .
- تطبيق سياسات جديدة ومتطورة للترويج والتسويق .
- تنمية وتطوير لسياسات في مجال الشراكة والاستثمار السياحي الداخلي والخارجي .
- توحيد المبادرات والمساهمات من قبل الشركاء الايجابيين والفاعلين في القطاع السياحي .

3. برنامج مساهمة القطاع في المدى القصير والمتوسط والطويل: إن استراتيجية تنمية السياحة في الجزائر تعتبر كهدف أساسي لكل الفاعلين في القطاع من أجل تصميم وضع مشاريعهم في بيئة مستدامة ومنسقة وهذا من خلال تطبيق الأدوات التالية :

- تكييف الاطار المؤسسي للقطاع .
- توحيد أدوات التخطيط السياحي، والتي تكلف باعداد الدراسات، التحقيقات ، الخيارات ، المنتجات ، بنوك المعطيات، المخطط التوجيهي، لوحة القيادة للقطاعات الفرعية في السياحة .
- تعزيز أدوات الترقية العقارية السياحية وذلك من خلال التنسيق بين الوكالة الوطنية للتنمية السياحية والوكالة الوطنية لهيئة المحيط، من حيث القوانين الاساسية والمهام وكذا تعزيز وسائلها .
- تطوير أدوات الترويج والاتصال مع إعادة تكييف مهام الديوان الوطني للسياحة
- تطوير أدوات ترقية الاستثمار السياحي من خلال التوفيق والتنسيق بين الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار، واللجنة المساعدة عاى الموقع وتعزيز الاستثمار من خلال وجهات نظر لافضل ترابط من حيث المساهمة.
- تطبيق أدوات التكوين قصد الدخول في شراكة مع المنظمة العالمية للسياحة ونظامها الاساسي وبرامجها.
- تعزيز الأدوات المالية للمساهمة والتكفل بالاستثمار السياحي وقصد توسيع أجهزة المساعدة الحالية، البنوك، الصناديق الخ .
- تعزيز أدوات التشاور ما بين القطاعات (دوائر وزارية، مهنيي القطاع، الجماعات المحلية).
- تعزيز الأدوات الإحصائية وجمع معطيات وبيانات القطاع.

المساهمات في المدى القصير: من خلال مخطط البنية التحتية الفندقية عن طريق برنامج إعادة تاهيل البنية التحتية والذي يعطي الاولوية ل :

- مواكبة القواعد الدولية لجميع شبكات البنية التحتية الفندقية من خلال العلاقات الدائمة مع البنوك وصناديق الضمان.
- الاستثمار السياحي في إطار البرنامج الخاص للجنوب الجزائري من خلال انجاز 17 فندقا بالمنطقة ببطاقة إيواء قدرها 4400 سرير ضمن إعادة تاهيل السياحة الصحراوية.
- إنعاش التراث الثقافي والذي عرف تصدع مايقرب عن 9 فنادق وإعادة تاهيلها.

4. المساهمات في المديين المتوسط والطويل: من خلال

- انشاء صناديق دعم التنمية السياحية مع بعث الخدمة العمومية لتسهيل الوصول الى تمويل كل فاعلي القطاع السياحي.

- تطوير الشركات والمنتجات السياحية الى اشكال جديدة.
- ترقية التاطير البيداغوجي (تطوير مستويات التاهيل وتبادل البرامج والبحوث).
- وضع لجنة تشاورية بين القطاعات (البيئة، التكوين المهني، الاتصال، الثقافة الصحة ، التعليم و الفلاحة)من أجل ضمان افضل تكامل لتبيان المساهمة المشتركة لتنمية السياحة وجذب الاستثمارات السياحية وضمان شراكة بين مختلف القطاعات .
- تسهيل الوصول إلى العقار السياحي الموجود في مناطق التوسع والوجهات السياحية وكذا دعم أسعاره، بهدف تعزيز الاستثمار السياحي، إضافة الى اتمام مسح مناطق التوسع والترويج لها.

خلاصة:

لقد تعرفنا في الفصل الأول على مفاهيم عامة حول السياحة والاستثمار السياحي، وتم التطرق إلى ماهية السياحة و أهم أنواعها ودورها كنهج لتطوير ونمو الاقتصاد الوطني، وكذلك السوق السياحي والمؤسسات السياحية، بالإضافة إلى الاستثمار السياحي وأهميته حيث يستند القطاع السياحي إلى حد بعيد على التراث الثقافي والطبيعي الذي يشكل في أغلب الأحيان أهم ثروة محلية، ولذلك تسعى الدول إلى توفير المقومات والعوامل، التي تساهم في جذب المزيد من الاستثمارات في قطاع السياحة الذي يشهد تطوراً كبيراً في وقتنا الحالي.

تعتبر الجزائر حيث تعتبر من الدول التي تمتلك ثروة سياحية هائلة تتمثل في الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية إضافة إلى الاستقرار الأمني الذي تتميز به وتشكل هذه المقومات أهم مجالات الاستثمار السياحي، وتولي الجزائر أهمية كبيرة لزيادة وتنويع استثماراتها في مقومات الجذب السياحي لكون هذه الاستثمارات هي الأداة الفعالة لتحريك القطاع السياحي، ولتستطيع الجزائر الاستفادة منها قررت العمل بالمخططات التنموية الاقتصادية والاجتماعية، واتخاذ تدابير واستراتيجيات موجهة لجذب الاستثمار السياحي، وحظيت السياحة باهتمام السلطات العمومية وتمثل ذلك في تخصيص نسبة من مجموع الاستثمارات العمومية لقطاع السياحة. وسعت الدولة إلى وضع استراتيجية جديدة للسياحة على مراحل تمتد إلى سنة 2030، وهذا ماجاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يعبر على رغبة الدولة بالنهوض بالسياحة وجذب الاستثمارات السياحية وتطويرها وجعلها كبديل للمحروقات مستقبلاً.

الفصل الثاني:

السياحة ومقومات جذب
الاستثمار السياحي في ولاية
بسكرة.

تمهيد:

تطرقنا في الفصل السابق للإطار النظري للسياحة والاستثمار السياحي، وذلك بالتعرف على مفهوم السياحة باعتبارها مساهما كبيرا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وعلى الرغم من إمتلاك الجزائر لقدرات وإمكانيات سياحية متنوعة كتنوع المؤهلات الطبيعية والثقافية والبيئية والتي تؤهلها إلى جذب الاستثمار السياحي، إلا أن هذه الأخيرة تواجه عراقيل عديدة تحول دون تفعيل وتطوير هذا القطاع والاستثمار فيه مقارنة بالدول المجاورة.

نظرا لكون الجزائر تمتلك مساحة شاسعة وأقاليم متعددة ومتنوعة فقد تباينت مقومات جذب الاستثمار السياحي ومعوقاته من منطقة لأخرى، لذلك إرتأينا أن نختار ولاية بسكرة كدراسة حالة قصد تشخيص وتقييم واقع القطاع السياحي بها، والتعرف على واقع الاستثمار السياحي فيها، وإبراز أهم مقومات جذب الاستثمار السياحي فيها، وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: لمحة عامة عن السياحة في ولاية بسكرة.

المبحث الثاني: السوق السياحية في ولاية بسكرة ومقومات جذب الاستثمار وتحدياته.

المبحث الأول: لمحة عامة عن السياحة في ولاية بسكرة.

كما هو معروف أنه تم تقسيم ولاية بسكرة مؤخرا بفصل أولاد جلال عنها، إلا أنه من الطبيعي أن تستغرق بعض الجهات بما في ذلك مديرية السياحة الوقت لتحديث بياناتها ومعلوماتها، لأن بعض المعطيات لدى مديرية السياحة في بسكرة تشمل معلومات عن اولاد جلال وذلك لفترة انتقالية.

المطلب الأول: الإطار الجغرافي لولاية بسكرة.

تعتبر ولاية بسكرة فضاءا سياحيا وثقافيا، وذلك لموقعها الممتاز حيث تتمازج وتتناسق مختلف أنواع الطبيعة بين الجبال والأودية والصحراء، وكذا كونها منطقة عبور من الشمال نحو الجنوب، وتعرف بسكرة ببوابة الصحراء الجزائرية أو منطقة الزيبان، فقد كانت منذ القدم قبلة للسياح لمؤهلاتها السياحية التي تزخر بها، ولإرثها التاريخي ومختلف المظاهر الطبيعية التي تعطي للمنطقة خصوصية.

الفرع الأول: الموقع الجغرافي.

تقع ولاية بسكرة في الجهة الجنوبية الشرقية من الجزائر، متربعة على مساحة 21509.8 كيلومتر مربع، انبثقت بوجوب التقسيم الإداري لسنة 1974 م طبقا للمرسوم التنفيذي 74/130.

وتضم 10 دوائر وتتفرع الى 27 بلدية، وتعد همزة وصل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب، يحدها من الشمال ولاية باتنة ومن الشمال الغربي ولاية المسيلة ومن الشمال الشرقي ولاية خنشلة، ومن الجنوب الغربي المغير واولاد جلال ومن الجنوب ولاية الوادي (المعطيات الجغرافية لولاية بسكرة، 2024).

شكل رقم 04: خريطة ولاية بسكرة.



المصدر: الموقع الرسمي لولاية بسكرة.

الفرع الثاني: التضاريس والمناخ.

تتمتع ولاية بسكرة بموقع استراتيجي هام حيث تربط بين الشمال والجنوب وتتميز بتنوع تضاريسها ومناخها. (المعطيات الجغرافية لولاية بسكرة، 2024)

أولاً: التضاريس.

تتميز ولاية بسكرة بتنوع تضاريسها حيث تتمركز الجبال في الجهة الشمالية والتي تتحول بسرعة إلى سهول كلما إتجهنا إلى الجهة الجنوبية من الولاية، وتنتهي بسهوب صحراوية شاسعة تنتشر بها الواحات الخصبة، حيث توجد واحات النخيل أغلبها في منطقة الزاب الغربي منتجة لأجود أنواع التمور (دقلة نور).

- الجبال: تغطي الجبال حوالي 13 بالمائة من إجمالي مساحة ولاية بسكرة، وتفاوتت بطبيعة الصخور المكونة لها، وكذا بارتفاعاتها.

- الهضاب: تعد الهضاب أقل ارتفاعا من الجبال، وتمتد من مناطق السفوح وحتى الناحية الجنوبية الغربية.

- السهول: تتميز سهول الولاية بترتبتها العميقة والخصبة، وتمتد على محور بلدي لوطاية وطولقة لغاية الجهة الشرقية، حيث تشمل سهول سيدي عقبة وزريبة الواد.

- المنخفضات: تغطي المنخفضات الترابية المناطق الجنوبية الشرقية من الولاية، ويجدر الذكر أن الولاية تقع على ارتفاع 112 م من سطح البحر الأبيض المتوسط.

ثانيا: المناخ

تعرف ولاية بسكرة بمناخ صحراوي، جاف صيفا ومعتدل شتاء، يتراوح معدل سقوط الأمطار بها ما بين 120 و150 ملل في السنة، ودرجة الحرارة متوسطة تقدر ب20.9 درجة على مدار السنة .

بالإضافة الى الكثافة السكانية حيث قدر عدد السكان الى غاية 31-12-2020 بلغ 307987 نسمة بكثافة سكانية تقدر ب 28 ساكن في الكيلومتر المربع.

حسب الموقع الرسمي لولاية بسكرة وهي إحصائيات تقريبية، ونلاحظ غياب الاحصائيات الدقيقة بعد فصل الولايتين وكلها معطيات تقريبية.

كما تعتبر أهم الواحات الكبرى في الجزائر وتمتد على مساحة 05 كيلومتر مربع، تحوي مناطق فلاحية تقدر تقريبا ب1300 هكتار، ثروة غابية بها أكثر من 450000 نخلة والعديد من الأشجار المثمرة، إنتاجها الوفير للتمور ذات الجودة العالية وبجميع أنواعها، منها دقلة نور المشهورة عالميا.

شكل رقم 05: تمر دقلة نور.



هذا التنوع الجغرافي والبيئي، يجعل من بسكرة مكانا مثاليا للسياحة خصوصا السياحة البيئية والعلاجية، حيث تجمع بين الطبيعة الصحراوية الخلابة والثقافة الغنية لسكان الواحات.

المطلب الثاني: الإطار السياحي الثقافي والتاريخي لولاية بسكرة.

إن الموقع الممتاز للولاية والتي تعتبر بوابة الصحراء، أعطى طابعا خاصا للحركة السياحية للمنطقة، وجعلها وجهة للسياح لاكتشاف إلتقاء الصحراء بالجبال والأودية، معطية بذلك مناظر خلابة، بالإضافة إلى ما تملكه من معالم تاريخية وثقافية والتي تدعو إلى الاهتمام بهذا الجانب من خلال توفير ما يلزم لراحة السياح.

الفرع الأول: المعالم التاريخية والثقافية بولاية بسكرة.

تتميز الولاية بمناظر طبيعية متنوعة من أهمها: منيعات مشونش نحو غوفي، منيعات ومضيق القنطرة، فح بني سويك، طريق جمورة إلى البرانيس، غابات جبال عين زعوط، حدائق 05 جويلية و 20 أوت ولندو ببسكرة، سد فم الغرزة بسبيدي عقبة، بالإضافة إلى بساتين النخيل عبر مختلف بلديات الولاية. (المعالم التاريخية في بسكرة، 2024).

إلى جانب ذلك تزخر الولاية بمعالم ثقافية ودينية أهمها: مسجد وضريح الفاتح عقبة ابن نافع الفهري بسبيدي عقبة.

الشكل رقم 06: معالم تاريخية

جمورة

مدينة أثرية ذات أرض منبسطة تقع أغلب مداشرها في المرتفعات، تشتهر بقصورها وواحاتها الجميلة.



سيدي عقبة

المدينة التي سميت نسبة إلى الصحابي الفاتح عقبة بن نافع وبها مسجده الذي يتضمن ضريحه ويمثل تحفة معمارية ذات الطابع الإسلامي آية في الجمال، والمسجد باب "طنبة" وهو تحفة فنية تعود إلى العهد الصنهاجي، وقد صنف المسجد والباب القديم "طنبة" كتراث ثقافي وطني.



مشونش



القنطرة

هي حلقة وصل بين التل والصحراء فهي جسر عبور بين الوجهتين، تتميز بأخايدها الجميلة وجسرها من العهد الروماني الفريد من نوعه ودشرتها الحمراء المشهورة



- بالإضافة إلى آثار تاريخية تمتد من عصور ما قبل التاريخ مروراً بالحضارات الرومانية والإسلامية وصولاً إلى الحقبة الاستعمارية ومختلف الثورات الشعبية، من أهم هذه المعالم والآثار ما يلي:
- الآثار الرومانية: توجد بكل من بادس، زريبة الوادي، أورلال، امليلي، تحودة بسيدي عقبة، طولقة القديمة، ليوة، الحوش، بسكرة، القنطرة، جمورة، الفيض، لوطاية، برانيس، ليشانة.
 - الآثار الإسلامية : ضريح عقبة ابن نافع، آثار تركية بالحوش وبسكرة، أقدم نقشية عربية غير منقوطة بسيدي عقبة.
 - الآثار والمخطوطات: تتمثل في آثار جمينة تاجمونت بمزيرعة، الآثار التركية بالحوش وبسكرة.
 - آثار الثورات الشعبية ضد الإستعمار الفرنسي: أهمها ثورة الزعاطشة بليشانة ثورة العامري بالغروس، محتشد بيج بن عزوز، معركة سريانة.
 - المعالم الثقافية ذات الطابع الديني: تزخر الولاية بالعديد من المعالم ذات الطابع الديني أشهرها: مسجد وضريح عقبة ابن نافع، مسجد سيدي مبارك بخنقة سيدي ناجي، ضريح سيدي زرزور ببسكرة، الزاوية العثمانية بطولقة، وزوايا مختلفة عبر الولاية.

الشكل رقم 07: ضريح الولي الصالح سيدي زرزور بمدينة بسكرة



المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

الفرع الثاني: الصناعات التقليدية والحرفية.

تزخر ولاية بسكرة بعدة صناعات وحرف يدوية وتقليدية أصيلة تحمل رسوم وتصاميم توحى بخصوصية المنطقة، وأهم هذه الصناعات التقليدية التي تتميز بها: (المعالم التاريخية في بسكرة، 2024).

أواني وتحف فنية وصناعات صوفية نسيجية مثل نسيج الزرابي، صناعة الخزف والفخار متواجد على مستوى مختلف أرجاء الولاية، لكن الأكثر شهرة الفخار التقليدي بالقنطرة ومشونش حيث توجد مصانع تلعب دورا هاما في الحفاظ على التراث الثقافي وتتيح الفرصة للتعرف على التراث العريق للمنطقة وجذب السياح، حيث تعدت شهرته حدود الوطن.

صناعة الحلبي التقليدي يتمركز هذا النشاط بالخصوص بمنطقة بسكرة ومشونش وخنقة سيدي ناجي وعين زعطوط، كما تعرف صناعات أخرى مثل صناعة الجلود والحدادة بالإضافة إلى مشتقات النخيل حيث تعرف المنطقة صناعات تقليدية تتمحور حول النخلة وتتمثل في صناعة مستخرجات التمور: الرب أو ما يعرف بدبس التمر وخل التمر بالإضافة إلى صناعة التحف من كرناف أو جذع النخيل.

كل هذه الحرف وغيرها تعكس التقاليد العريقة لبسكرة وإتساع الروح الإبداعية لدى سكانها.

الشكل رقم 08: الصناعات التقليدية والحرفية



- أواني فخارية.



- سلات من سعف النخيل.



- أواني نحاسية.

الأكلات التقليدية: تحظى الولاية بمجموعة من المطاعم التقليدية التي تتميز بإعداد الأطباق التقليدية المختلفة والمتنوعة تجاوزت شهرتها خارج حدود الوطن كالشخشوخة والدوابة، التي تعد أحد الفرص الاستثمارية الهامة يمكن استغلالها من بين عوامل جذب السياح والإستثمار في ولاية بسكرة.

التظاهرات والاحتفالات التقليدية: تحيي ولاية بسكرة تظاهرات واحتفالات تقليدية تحتوي على الكثير من المتعة كعيد الربيع، وعيد التمور، وتظاهرات فلكلورية أخرى تاريخية وفكرية مثل مهرجان السياحة الواحاتية بمشونش، مهرجان السياحة والفنون التشكيلية المقام كل عطلة ربيع من كل سنة بالقنطرة.

كما تنظم العديد من الفعاليات والأيام السياحية منها اليوم الوطني للصناعة التقليدية وفعاليات الصالون الدولي التجاري للتمور.

وتقوم مديرية السياحة بالمشاركة في تنظيم العديد من الملتقيات الدولية بهدف التوصل الى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة تتعلق بكيفية تنشيط السياحة في المنطقة.

المبحث الثاني: السوق السياحية في ولاية بسكرة ومقومات جذب الاستثمار وتحدياته.

إن الاستثمار السياحي يعتمد على المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تملكها المنطقة من أجل ترفيته وجذب المستثمرين المحليين، وكذلك الأجانب لا بد على الهيئات الحكومية الإهتمام به من خلال وضع آليات مناسبة وإتخاذ تدابير لازمة من أجل تحفيز المستثمرين.

المطلب الأول: مقومات العرض والطلب السياحي.

إن ولاية بسكرة ونظرا لما تملكه من مقومات سياحية تستدعي الإهتمام بهذا الجانب كعنصر فعال في رفع مداخيل الولاية، من خلال توفير الجو المناسب وكل المرافق اللازمة من أجل جعل ولاية بسكرة من الولايات الرائدة في المجال السياحي والذي سيعود بطبيعة الحال بالنفع على الفرد و المجتمع .

الفرع الأول: مقومات العرض السياحي بولاية بسكرة.

تعدد المرافق السياحية بولاية بسكرة والتي تستدعي تقديم عروض سياحية ومقومات يحتاجها السائح وتعود على الإقتصاد بمكاسب معتبرة وتمثل هاته المقومات في ما يلي :

أولا: المعالم المصنفة بولاية بسكرة.

تتميز الولاية بمعالم تاريخية مصنفة تعتبر من أهم المقومات والعروض السياحية التي تقدم للسائح وفي ما يلي أهم هاته المعالم عبر بلديات ولاية بسكرة .

الجدول رقم 02: أهم المعالم والمواقع الأثرية و التاريخية المصنفة ببلديات ولاية بسكرة.

البلدية	اسم المعلم	تاريخه	تاريخ التصنيف
بسكرة	بقايا حمامات	العهد الروماني	1900
	اطلال جيملاي	العهد الروماني	1807.1952
	دار الصيودة (البلدية القديمة)	العهد الاستعماري	1958-07-18
ميلي	القصبات	العهد الروماني	1807.1952
سيدي غنبة	باب مسجد عقبة بن نافع	القرون الوسطى	1900
	مسجد عقبة بن نافع	القرون الوسطى	1996
	سد فم الغرزة	العهد الروماني	1996
	مدينة تهودة الأثرية	العهد الروماني	1996

2010-07-18	العصر الاسلامي	مسجد سيدي عامر	زينة الوادي
2010-07-18	العصر الاسلامي	مسجد سيدي مسعود	
2010-07-18	عصور قديمة	موقع بادس التاريخي	
3001.1928	اثر طبيعي	اخاديد مشونش	مشونش
2010-07-18	العصر الاسلامي	المسجد العتيق	طولقة
2010-07-18	العصر الاسلامي	المسجد العتيق	بو شقرون
2010-07-18	العصر الاسلامي	مسجد برج بن عزوز	برج بن عزوز
3001.1928	اثر طبيعي	اخاديد سيدي مصمودي	مزيرعة
3001.1928	اثر طبيعي	قرية اكباش	
1928-01-30	اثر طبيعي	قرية جمينة	
3001.1928	اثر طبيعي	اخاديد خنقة سيدي ناجي	خنقة سيدي
3001.1928	اثر طبيعي	القرية	النجي
1900	عهود قديمة	الجسر الروماني	القطرة
23.01.1923	اثر طبيعي	اخاديد القنطرة	
1900	عصور قديمة	تشكيلات حجرية	
2013-05-15	العصر الاسلامي	الذشرة الحمراء	الوطاية
26.09.1937	عصور قديمة	مخطوطات	
26.09.1933	عصور قديمة	نصب السبع مقاطع	
1900	عصور قديمة	اثار المدرج المسرحي	عني النانة
1982-02-01	عصور وسطى	نقوش صخرية	

المصدر: مديرية الثقافة لولاية بسكرة بتصرف.

نلاحظ هناك معالم لا بأس بها بولاية بسكرة والتي تجعلها قطب سياحي وتزيد في عدد العروض والمقومات السياحية بالولاية، هذا لا ينفي وجود معالم أخرى غير مصنفة يقصدها السياح .

ثانيا: المؤسسات الفندقية.

تعتبر الفنادق عصب الحركة السياحية ومن أهم القطاعات الاقتصادية على المستوى الوطني، فالمؤسسات الفندقية والتي تتسم بمستويات متفاوتة من الرفاهية لم تعد مجرد وسيلة بل أصبحت هدفا قائما بحد ذاته ووجهة يطمح لها السائح، وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم القطاع السياحي.

تعتبر الفنادق مؤسسات معتمدة من طرف وزارة السياحة، فالقانون 99-1 لسنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة والمقاييس التقنية، حيث يصنف الفندق إلى خمس درجات.

الجدول رقم 03: المؤسسات الفندقية بولاية بسكرة.

تصنيف المؤسسات الفندقية	العدد	الغرف	الاسرة	العمال	ليالي المبيت
5 نجوم	1	100	244	70	2134
4 نجوم	3	217	390	193	21359
3 نجوم	1	118	267	68	26024
2 نجمة	4	75	160	36	6723
1 نجمة	3	52	105	24	12028
مجموع المؤسسات المصنفة	12	562	1166	391	68268
في طور التصنيف	10	532	1145	300	70364
مجموع الهياكل المعدة للايواء	02	62	151	6	4249
المجموع العام	24	1156	2462	697	142881

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة 2024.

من الضروريات التي يحتاجها السائح هي الخدمة الفندقية، و تضم الولاية في مجموعها العام على 24 مؤسسة فندقية بسعة 2462 سرير لسنة 2024، حسب آخر الإحصاءات.

ولقد تدعمت ولاية بسكرة مؤخرا بمؤسسات فندقية بتصنيف درجة أربعة كفندق موريس لايون، فندق فسيرة جنوب ودرجة 5 فندق جمال بسكرة، هذا ما ساعد و ساهم في تنشيط الحركة السياحية عبر الولاية.

غير أنه تبقى ولاية بسكرة تحتاج إلى دعم أكبر بمؤسسات فندقية عبر الولاية خاصة منها ذات الطابع السياحي .

ثالثا: الحمامات المعدنية.

تتوفر ولاية بسكرة على قدرات هائلة للعلاج بالمياه المعدنية المعتمدة من طرف أغلب الأوساط الطبية، الذي جعل منها وجهة سياحية مميزة تستقطب أعداد كبيرة من السياح لتلقي العلاج والإستشفاء بالمياه المعدنية والتمتع بفترات النقاهة، حيث تلعب الحمامات المعدنية دورا مهما في تعزيز السياحة الصحية والعلاجية في ولاية بسكرة.

الجدول رقم 04: المؤسسات الحموية على مستوى ولاية بسكرة.

درجة الحرارة	المنسوب	التقليديين	المعالجين طبيبا	الحصص العلاجية	الحمامات المعدنية
45°م	65ل/ثا	58863	12702	معالجة أمراض العظام والدورة الدموية والروماتيزم، الدورة الدموية، أمراض الجلد، الأمراض الصدرية، أمراض المفاصل، إعادة التأهيل.	المركب المعدني حمام الصالحين بسكرة
52°م	40 ل/ثا	15200	/	معالجة التهابات المفاصل،الالتهابات العصبية،الالتهابات الجلدية، الالتهابات الهضمية والمعوية،أمراض الجلد.	الحمام المعدني البركة بالحاجب
40°م	25ل/ثا	25110	/	الأمراض الصدرية، أمراض المفاصل والعروق.	المركب الحموي السياحي سيدي يحي
			مغلق.	معالجة التهاب المفاصل.	الحمام المعدني الراحة والاستحمام الروضة

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية ولاية بسكرة 2024

وقد تركز النشاط الحموي في عدد من المركبات التي تعتبر مراكز طبية هامة من بينها المركب المعدني حمام الصالحين الذي يعالج أمراض الجلد والروماتيزم والدورة الدموية، بالإضافة إلى المركب المعدني البركة بالحاجب لمعالجة أمراض الأمعاء والمعدة، وأمراض المفاصل والعروق والجلد، حمام سيدي يحي الذي يعالج الأمراض الصدرية وأمراض المفاصل والعروق، بالنسبة للحمام المعدني الراحة والاستحمام الروضة مغلق بسبب نزاع الشركاء.

هذا بالإضافة إلى وجود 17 منبعا غير مستغل موزع عبر تراب الولاية يمكن أن يكون محل إستثمار سياحي.

كما تزخر المنطقة بمراكز للمعالجة بالرمال وذلك بموقع عين بالنوي بالحاجب، وهو خاص بالردم والقاصدون له معظمهم يعانون من أمراض العظام والمفاصل.

رابعاً- الوكالات السياحية: تلعب وكالات السياحة والسفر دوراً مهماً في صناعة السياحة وتنمية النشاط وترقيته على مستوى ولاية بسكرة، حيث تساعد الزوار على إكتشاف جمال بسكرة، والتعرف على أهم المدن والمعالم التاريخية والثقافية .

الجدول رقم 05: تطور عدد الوكالات السياحية المعتمدة في ولاية بسكرة.

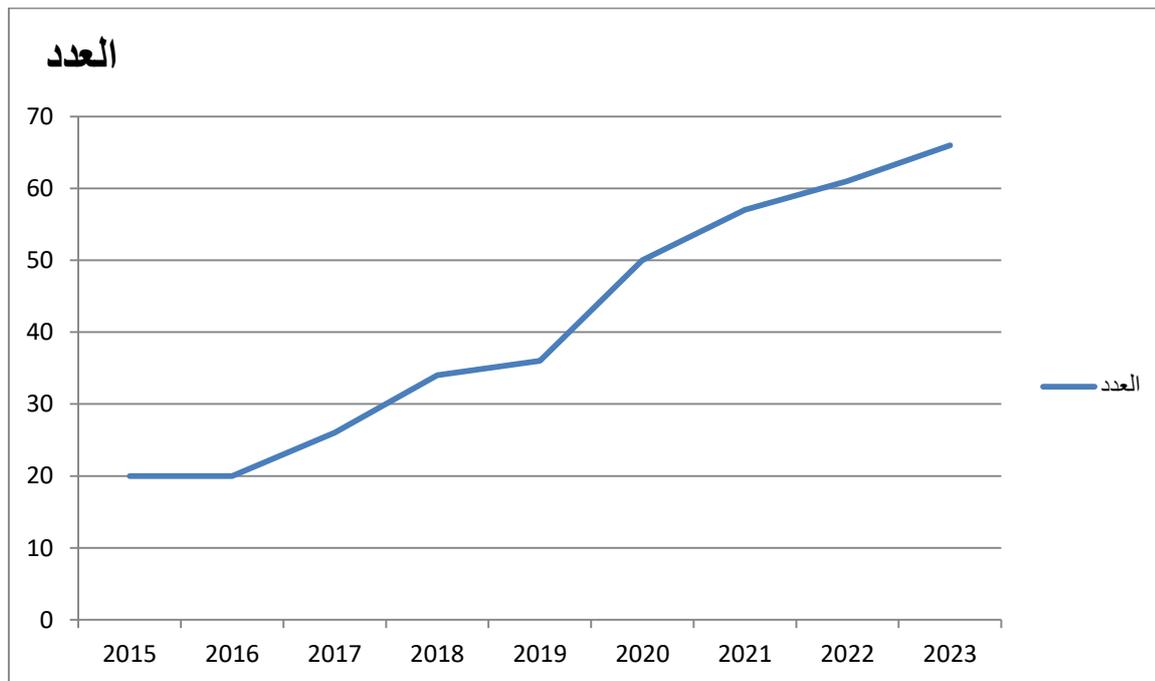
السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
العدد	20	20	26	34	36	50	57	61	66

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة

2024.

شهدت ولاية بسكرة تزايداً ملحوظاً في عدد الوكالات السياحية خلال السنوات الأخيرة، حيث وصل عددها إلى 66 وكالة خلال سنة 2023، وهو مؤشر جيد يوحي بمدى إقبال المستثمرين على هذا النشاط، حيث تقدم هذه الوكالات جملة من الخدمات، من تنظيم برامج لجولات سياحية رفقة مرشدين سياحيين داخل أهم المدن والمعالم السياحية والتاريخية بالولاية، إضافة إلى حجز التذاكر إلى مختلف الأماكن مثل مواسم الحج أو إلى بلدان أخرى، كما يتعدى نشاطها خلال مواسم الاصطياف في حجز أماكن في مختلف المناطق حسب إرادة الراغبين في قضاء إجازتهم، والشكل الموالي يوضح منحى تطور عدد الوكالات السياحية في ولاية بسكرة.

الشكل رقم 09: منحى تطور عدد الوكالات السياحية المعتمدة بولاية بسكرة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة 2024.

نلاحظ في الشكل رقم 06 منحى تصاعدي يوضح تزايد عدد الوكالات السياحية في ولاية بسكرة بشكل مستمر خلال السنوات الاخيرة، مما يدل على نمو قطاع السياحة وازدياد الاقبال عليها كوجهة سياحية. اي انه هناك اهتمام بالقطاع غير ان هاته الوكالات تبقى فاعليتها غير مجدية اذا لم تروج للسياحة داخل الولاية واستقطاب السياح سواء الجزائريين او الاجانب .

رابعا: المسالك السياحية.

هناك مجموعة من المسالك السياحية التي تتوفر عليها ولاية بسكرة وأخرى بالتنسيق مع الولايات المجاورة نذكر منها: (المعطيات الجغرافية لولاية بسكرة، 2024).

- مسلك السياحة الدينية المتعلقة بالزوايا والمساجد العتيقة، وآثار الفاتح الاسلامي والصحابي الجليل عقبة بن نافع.
- مسلك السياحة المغامراتية بين الجبال والصحراء (سياحة السفاري) ويمكن الربط والتنسيق هنا مع الولايات المجاورة ولاية اولاد جلال وكذلك ولاية الوادي.
- مسلك السياحة الخاصة بالقصور والدور العتيقة ذات الطابع الامازيغي والعربي والاسلامي ويمكن التنسيق هنا مع ولاية باتنة.
- مسلك سياحي خاص بما يسمى حاليا بالسياحة الواحاتية يرتبط أساسا بواحات النخيل المنتشرة عبر معظم بلديات الولاية.
- مسلك خاص بـسياحة التخيم، حيث تتوفر ولاية بسكرة على مناطق خلابة ملائمة للتخيم مثل منطقة مشونش والقنطرة، جمينه وغيرها .
- مسلك سياحي خاص بالمواقع الأثرية القديمة (ما قبل التاريخ والرومانية والبيزنطية) بالتنسيق مع ولاية اولاد جلال .

هاته المسالك تعبر عبر بلديات ونقاط معينة بولاية بسكرة كالتالي:

- بسكرة- لوطاية- جمورة- عين زعطوط- القنطرة- بسكرة.
- بسكرة- تمودة- ابو المهاجر دينار- سيدي عقبة - سيدي محمد بن موسى- بادس-خنقة سيدي ناجي- جمينه- بسكرة.
- بسكرة- لجال- مشونش- بانيان- بسكرة.
- بسكرة- بوشقرون- ليشانة الزعاطشة- فرفار- طولقة- برج بن عزوز- المحادمة الاخضري- بسكرة

يبقى عدد المسالك السياحية غير كاف بالاضافة الى التهيئة والمتابعة المستمرة لحالة هاته المسالك امر ضروري.

الفرع الثاني: الطلب السياحي لولاية بسكرة.

تعتبر ولاية بسكرة وجهة سياحية للسياح سواء أجانبا أو جزائريين حيث يجدون فيها متنفس لهم و ملتقى بين الصحراء والشمال، من أجل اكتشاف معالمها وثقافتها وتاريخها، فهي تشهد تدفق عدد من السياح لا بأس به كما هو موضح في الجدول التالي :

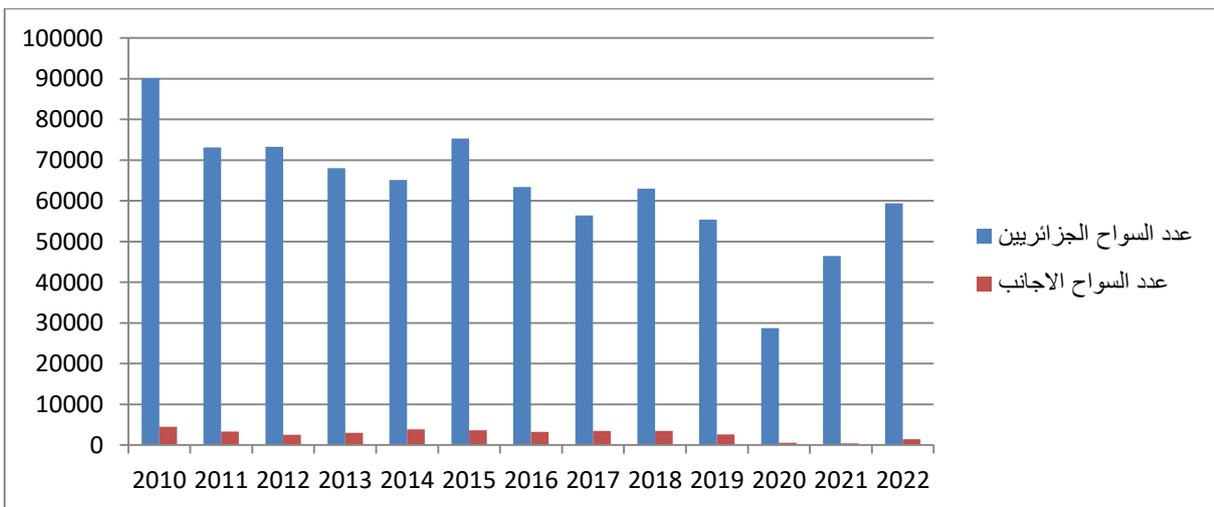
الجدول رقم 06: تطور التدفق السياحي لولاية بسكرة خلال 13 سنة الاخيرة.

السنة	عدد السواح الجزائريين	عدد السواح الاجانب
2010	90164	4514
2011	73102	3293
2012	73282	2559
2013	68058	2997
2014	65140	3893
2015	75325	3603
2016	63427	3255
2017	56414	3516
2018	63033	3441
2019	55377	2582
2020	28758	615
2021	46758	454
2022	59439	1421

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة 2024.

يمكن لنا ومن أجل تحليل تدفق السياح لولاية بسكرة الموضح في الجدول رقم 06 الإعتداد على الأعمدة البيانية والموضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم 10: تطور التدفق السياحي لولاية بسكرة خلال 13 سنة الأخيرة.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة

2024.

ما يمكن ملاحظته من خلال الشكل رقم 10 أن هناك تدفق للسياح معتبر خلال السنوات مابين 2010 إلى غاية 2015 وهذا راجع إلى الاهتمام بالسياحة في تلك الفترة وإقامة التظاهرات الثقافية والاهتمام بالمشاريع الاستثمارية وتصنيف عدة معالم خلال هاته السنوات، إلا أن هذه الزيادة المسجلة غير كافية ولا تعكس المؤهلات السياحية الحقيقية التي تزخر بها المنطقة، وخلال السنوات مابين 2016 إلى 2019 نلاحظ هناك تذبذب في عدد السياح مابين الإرتفاع والنزول متأثرا بالظروف الخارجية والداخلية نتيجة التقصير في عرض المنتج السياحي بالإضافة إلى تدني نوعية الخدمات ونقص الحملات الترويجية، اي نقص المحفزات التي تغري السياح لزيارة المنطقة.

أما وخلال سنة 2020 وبسبب جائحة كورونا نلاحظ إنخفاض شديد في تدفق السياح سواء الأجنب أو الجزائريين، إلا أنه خلال السنوات الأخيرة وبعد جائحة كورونا نلاحظ إرتفاع محسوس للتدفق السياحي لولاية بسكرة خاصة السياح الجزائريين، ويرجع إلى الإهتمام بالمشاريع السياحية والدعم المقدم من طرف الدولة للمستثمرين .

وإذا ما أردنا التعرف على مقومات السياحة كعامل لجذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، فحسب مداخلة المدير الولائي للسياحة عبد العزيز بويدي للإذاعة الجزائرية بتاريخ: 12-01-2024 على الساعة 20. (مداخلة المدير السياحي لولاية بسكرة، 2024)

تميز ولاية بسكرة بتنوع مقومات السياحة الصحراوية ما جعل منها منطقة جذب سياحي خلال الفترة الشتوية من كل سنة.

وتشهد عاصمة الزيبان تدفقا ملحوظا للسياح الوطنيين والأجانب وفي برامجهم السياحية تنظيم رحلات لاكتشاف المسارات والمؤهلات السياحية المتنوعة التي تزخر بها ربوع مناطق الزيبان، حسبما ما أشار إليه المدير الولائي للسياحة، عبد العزيز بويدي، الذي أبرز تحول المنطقة إلى وجهة سياحية بامتياز مع إنطلاق موسم السياحة الصحراوية في الفترة الممتدة من أكتوبر الى نهاية أبريل المقبل حيث حلت ببسكرة عشرات الوفود السياحية من داخل الوطن فضلا عن استقبالها أفواجا من السياح الأجانب.

وشدد ذات المسؤول على تنوع المسارات السياحية بهذه الولاية التي تصنف ضمن المخطط الوطني للسياحة كمنطقة سياحية بامتياز تستجيب لمختلف وجهات الوافدين إليها حيث توفر مختلف المناطق بالولاية مسارات السياحة الطبيعية والحموية والجبلية والواحاتية إلى جانب السياحة الريفية والثقافية والدينية.

وتنعكس هذه المسارات من خلال وجود وجهات لهؤلاء الوافدين الذين يزورون الجسر الروماني و الدشرة الحمراء ببلدية القنطرة الواقعة شرق الولاية، والاستمتاع بالسير والتخييم والاستجمام في المناطق الجبلية ببلديتي عين زعطوط ومشونش فضلا عن التمتع بالمناظر السياحية الطبيعية وكتبان الرمال ببلدية الحاجب واوماش، وكذا واحات نخيل التمور ببطولقة وبمدينة الفاتح عقبة بن نافع الفهري ببلدية سيدي عقبة إلى جانب المواقع التاريخية من بينها المتحف

الجهوي للولاية السادسة التاريخية العقيد محمد شعباني الذي يحتوي على مقتنيات تدل على صلابة واستماتة وكفاح الشعب الجزائري وحصوله على استقلاله عبر تضحيات جسام .

ومن الجانب الطبيعي والبيئي كثيرا ما يستريح السياح وزوار مدينة بسكرة في حديقة "لاندو" التي تقول مراجع تاريخية بأن أرض الحديقة تحصل عليها الكونت البير دو نجفيل لاندون إلى عام 1875م حيث كان معجبا بجوها ومناخها الذي ساعده في التأقلم مع مرض الربو الحاد، فكرس الكونت لاندون جزءا كبيرا من حياته وثروته لجمع وغرس العديد من النباتات والأشجار وجلب أصناف الطيور من مختلف أصقاع العالم، فضلا عن الترفيه والتنزه في جنان البايك.

ويغتتم هؤلاء الزوار الفرصة بالإضافة إلى زيارة المواقع الطبيعية والأثرية، للتردد على فضاءات النشاط التجاري والمعارض المفتوحة بالمناسبة على غرار المعرض الوطني للصناعة التقليدية والحرف بغرفة الصناعة التقليدية والحرف بالولاية .

وأبرز مدير السياحة بالولاية ملامح تعافي القطاع السياحي بالولاية التي بدأت في السبوت بعد أزمة كورونا وخاصة في تشعب هياكل الاستقبال العمومية والخاصة التي تصل قدرة استيعابها إلى ما يقارب 3000 سرير، بالإضافة إلى توافر بسكرة على عشرات من وسائل النقل الجماعية التابعة للوكالات السياحية التي تنشط رحلات إلى مختلف المواقع السياحية وتنظم جولات جماعية مشيا على الأقدام لاكتشاف معالم عاصمة الولاية والمدن الكبرى.

وكتيرا ما تكتمل الرحلة إلى ولاية بسكرة بالمرور بسوق التمر أو التوقف على قارعة الطرق الوطنية لشراء عراجين تمر دقلة نور أو كميات من أنواع التمور التي تعرف بها هذه الولاية.

ما السياحة الحموية فتعتبر المركبات السياحية الحموية المنتشرة بولاية بسكرة خاصة حمام الصالحين منها وجهة هامة لآلاف من الزوار الذين يقصدونها خلال الفترة الباردة من السنة فرادى وعائلات وضمن رحلات جماعية على امتداد أيام الأسبوع للاستمتاع بمياه الحارة المتدفقة واستغلالها في العلاج الطبيعي لعدد من الأمراض كالتهاب المفاصل والروماتيزم وأمراض الجلد والحساسية، حسب المدير الولائي للسياحة.

ووفقا لذات المصدر، فإن ولاية بسكرة التي عرفت تطورا ملحوظا في هياكل الاستقبال في مجال السياحة الحموية تتوفر على مركبين سياحيين حمويين بعاصمة الولاية ومحطة حموية ببلدية الحاجب ومن المنتظر استلام هياكل جديدة قريبا تتمثل في مركبين سياحيين حمويين في طور الانجاز و فندق حموي مما يرفع قدرات الاستيعاب في السياحة الحموية إلى ما يفوق 700 سرير.

المطلب الثاني: واقع وتحديات الاستثمار السياحي بولاية بسكرة.

تتمتع ولاية بسكرة بمقومات سياحية هائلة تؤهلها لأن تكون وجهة سياحية مميزة على المستوى الوطني والدولي، ولذلك حظيت مشاريع الاستثمار السياحي في الولاية باهتمام كبير من قبل السلطات العمومية والمستثمرين على حد سواء، حيث تم تسجيل العديد من المشاريع السياحية في السنوات الأخيرة.

الفرع الأول: واقع مشاريع الإستثمار السياحي بولاية بسكرة.

يتضمن الجدولين التاليين مجموع الإستثمار السياحي داخل وخارج مناطق التوسع السياحي

جدول رقم 07: الاستثمار السياحي داخل مناطق التوسع السياحي.

المشاريع السياحية	عدد المشاريع	عدد الاسرة	تكلفة المشاريع (دج)
المشاريع السياحية يف طور الانجاز	3	787	3.716.852.240,59
المشاريع السياحية المتوقفة	/	/	00
المشاريع السياحية لم تطلق بعد	8	872	6.586.719.667
طلبات الاستثمار	0	0	0
المجموع	11	1659	10.303.571.907,59

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية 2020.

جدول رقم 08: الاستثمار السياحي خارج مناطق التوسع السياحي.

المشاريع السياحية	عدد المشاريع	عدد الاسرة	تكلفة المشاريع (دج)
المشاريع السياحية يف طور الانجاز	27	3207	18.081.900.000,00
المشاريع السياحية المتوقفة	9	975	11.609.950.000,95
المشاريع السياحية لم تطلق بعد	20	6521	14.046.610.000,00
المشاريع المنتهية	2	166	295.000.000
طلبات الاستثمار	4	924	2.074.000.000
المجموع	62	11793	46.107.460.000,95

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية 2020.

من خلال الجدولين السابقين يمكن ملاحظة أن عدد المشاريع السياحية التي في طور الإنجاز بالمناطق خارج التوسع السياحي 27 مشروع، بتكلفة مالية تفوق 18 مليار دينار وهو أكبر بكثير من عدد المشاريع قيد الإنجاز داخل مناطق التوسع السياحي والتي يبلغ عددها 3 فقط بتكلفة تفوق 3 مليار دينار وهي تكلفة أقل بكثير من المشاريع التي بالمناطق خارج التوسع السياحي، وهذا راجع إلى الإهتمام بالإستثمار خارج مناطق التوسع السياحي من قبل السلطات المحلية لجذب المستثمرين وتشجيعهم على إقامة مشاريع جديدة في مختلف المجالات، وبسأهم هذا التوجه في إقامة وحدات فندقية ومرافق سياحية في المناطق النائية مما يؤدي إلى تنوع الإقتصاد المحلي وخلق فرص عمل جديدة، وتحسين مستوى معيشة السكان في هذه المناطق.

وإذا انتقلنا إلى المشاريع التي لم تنطلق بعد فقد سجلت 8 مشاريع داخل مناطق التوسع السياحي بتكلفة مالية تفوق 6 مليار دينار في حين تم تسجيل 20 مشروع سياحي لم ينطق بعد خارج مناطق التوسع السياحي بتكلفة أكثر من 14 مليار دينار وذلك لأسباب ومشاكل مالية إدارية.

أما طلبات الاستثمار لم تسجل أي طلبات داخل مناطق التوسع السياحي، في حين تم تسجيل طلبات استثمار 4 مشاريع خارج مناطق التوسع السياحي بتكلفة تفوق 2 مليار دينار، أما المشاريع المنتهية فعددها 2 بتكلفة تفوق 200 مليون دينار خارج مناطق التوسع السياحي.

يبدو أن هناك إهتمام متزايد باستمرار بالإستثمار خارج مناطق التوسع السياحي، مما يؤدي إلى تنوع الاهتمام بالمناطق السياحية في ولاية بسكرة، وهذا نظرا للبيئة المشجعة على الاستثمار في ظل نقص المرافق والخدمات السياحية في تلك المناطق.

جدول رقم 09: الاستثمار السياحي بولاية بسكرة.

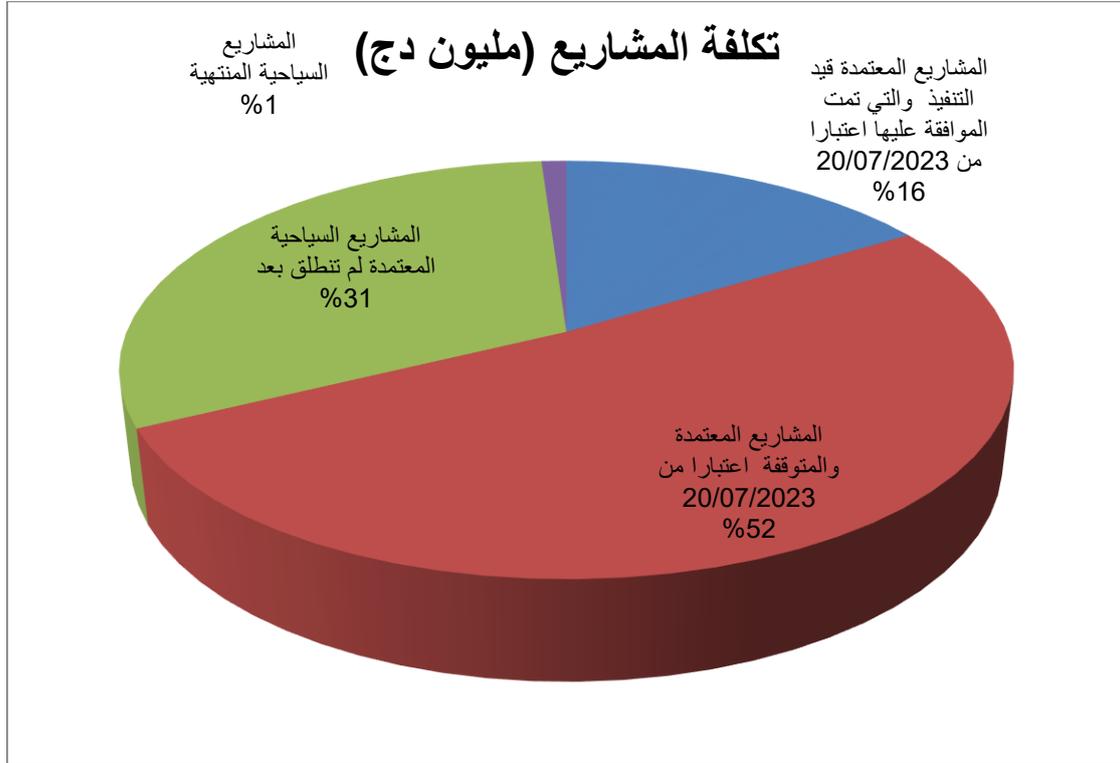
المشاريع السياحية	عدد المشاريع	عدد الاسرة	تكلفة المشاريع (مليون دج)
المشاريع المعتمدة قيد التنفيذ والتي تمت عليها اعتبارا من 07/20/الموافقة 2023	13	1331	9312.26
المشاريع المعتمدة والمتوقفة اعتبارا من 2023/07/20	25	7803	29551.23
المشاريع السياحية المعتمدة لم تنطلق بعد	27	4874	17877.25
المشاريع السياحية المنتهية	2	140	614.54
اجملي	67	14148	57355.28

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة

2024.

حاولنا من خلال الجدول السابق جمع وتوضيح الإحصائيات الخاصة بالاستثمار السياحي لولاية بسكرة لسنة 2024 وسنعتبر عن هذه الإحصائيات برسم بياني دائري من أجل تحليل واقع الاستثمار بالولاية.

الشكل رقم 11: تكلفة المشاريع السياحية بولاية بسكرة معبر عنها بالنسب.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات صادرة من مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسكرة

.2024

تمثل تكلفة المشاريع المتوقفة مانسبته 52 %، أي مايفوق نصف قيمة تكلفة المشاريع الاستثمارية ككل عبر الولاية وتعتبر نسبة كبيرة هذا يستدعي البحث عن أسباب والمشاكل التي تواجه هاته المشاريع الإستثمارية مما إستدعى توقفها، رغم حرص الدولة على تنشيط القطاع السياحي في المناطق الصحراوية بما في ذلك ولاية بسكرة .

أما بالنظر لنسبة تكلفة المشاريع الاستثمارية المنتهية فتمثل نسبة 1 %وهي نسبة ضئيلة جدا وهي نسبة منطقية تعبر عن عدم إكمال المشاريع وتوقفها، بينما تمثل قيمة تكلفة المشاريع التي هي قيد الإنجاز 16% وهي نسبة ضعيفة نوعا ما والتي لا تصل إلى الهدف المنشود من التنمية السياحية وتعبر عن وجود مشاكل في حجم الاستثمارات السياحية بالولاية، تبقى المشاريع التي لم تنطلق بعد والتي تمثل تكلفتها ما نسبته 31% وهي نسبة لاباس بها وجب الإسراع في إنطلاقها ومتابعتها والبحث عن المشاكل التي يمكن أن تعرقل سيرها.

يمكن القول أنه بالرغم من الجهود المبذولة من طرف المسؤولين إلا أنها تبقى غير كافية وضعيفة جدا، ويمكن إرجاع ذلك

لعدة أسباب منها ما يواجهه الاستثمار السياحي بولاية بسكرة من مشاكل ومعوقات، دفعت الكثير من المستثمرين إلى التراجع عن الاستثمار، وهذا ما يؤكد من خلال الاحصائيات المقدمة في الجداول السابقة والتي تظهر توقف مشاريع استثمارية هامة يمكن

أن تنعش الاقتصاد المحلي وتقلص نسبة البطالة من خلال ما توفره من مناصب شغل، وقد تكون عامل جذب للسائح المحلي والأجنبي.

الفرع الثاني: آلية ترقية وتطوير الإستثمار السياحي والتحديات بولاية بسكرة.

نحاول الوقوف عند تنمية وتطوير المواقع السياحية وتأهيلها لجذب الاستثمار السياحي

أولا: آلية ترقية وتطوير الإستثمار السياحي بالولاية.

تحتوي ولاية بسكرة على الكثير من المؤهلات السياحية المتنوعة، وقد تم إدراجها كمنطقة سياحية هامة تتبع القطب السياحي للامتياز (جنوب- شرق)، الذي يضم (بسكرة، غرداية، واد سوف والمنبعة)، وتوجد خمس مناطق للتوسع السياحي على مستوى الولاية وهي طولقة التي صنف 1988 سنة، حمام الصالحين، عين بن نوي، الشقة، فم الغرزة صنف 2010، بالإضافة إلى العديد من المناطق المقترحة التي ما تزال قيد الدراسة، لهذا تسعى الولاية إلى الإهتمام بمقوماتها السياحية وترقيتها وإستغلالها من خلال جلب المستثمرين، بهدف تحقيق عوائد مادية للنهوض بالولاية وتحقيق مشاركتها الفعالة في التنمية المحلية والوطنية. (حايف سي حايف و بركان، 2019، صفحة 121)

و في إطار البرنامج الخاص بتنمية الجنوب (2009 - 2004) إستفاد قطاع السياحة بولاية بسكرة من 08 عمليات تتضمن تصميم وإنجاز مخططات ترقية للسياحة، دراسة تهيئة مناطق التوسع السياحي و غيرها من العمليات، وضمن إطار البرنامج الخاص بدعم النمو الإقتصادي (2010-2014) تم برمجة 16 عملية تشمل دراسات التهيئة للمسالك السياحية و تهيئتها، إعادة الاعتبار للمعالم التاريخية، و كذا دراسة و إنشاء مناطق التوسع السياحية حسب مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية بسكرة.

و قصد تشجيع الإستثمار في الصحراء أعطت الدولة الجزائرية تسهيلات و إمتيازات في هذه الأقطاب في صورة تسهيل الحصول على العقار السياحي، و تقليص مدة معالجة الملفات المقدمة، و كذا الاستفادة من صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

وفي مداخله للسيد المدير الولائي عبد العزيز بويدي للاذاعة الوطنية التي أشرنا إليها سابقا: فان هذا الإقبال على السياحة بمناطق الزيبان باعتبارها وجهة سياحية بامتياز يتم بالتوازي مع توسع الاستثمارات في مجال الهياكل الفندقية حيث يوجد حاليا 9 مشاريع لإنجاز مؤسسات سياحية عبر الولاية في طور الإنجاز فيما تم استلام 4 منشآت سياحية الآونة الأخيرة، كما يرتقب دخول حيز الخدمة فندقين جديدين تابعين للخواص حيز الاستغلال قريبا، حسبما أكده مدير السياحة بالولاية. (مداخله المدير السياحي لولاية بسكرة، 2024)

ثانيا: تحديات الإستثمار السياحي في ولاية بسكرة.

رغم تعدد المقومات السياحية التي تملكها ولاية بسكرة إلا أنها لم تستطع بعد النهوض بالقطاع السياحي وهذا ما يعكسه عدد السياح المتواضع الذي لا يتناسب مع المقومات والمؤهلات السياحية للولاية، وضعف حركة الإستثمار السياحي فيها، وذلك لوجود عدة عوائق وتحديات أهمها:

- نقص التمويل المالي أحد أهم التحديات التي تواجه الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، حيث تعاني العديد من المشاريع السياحية من نقص في السيولة اللازمة لإتمامها، مما يؤدي إلى تأخر تنفيذها أو توقفها بكل نهائي.
- صعوبة الإجراءات الخاصة بالحصول على تأشيرة الدخول للبلدان الأوروبية، مما يعرقل مشاركة المتعاملين السياحيين في التظاهرات الدولية، والتي تسمح لهم بإمكانية التعريف بالمنتوج السياحي للمنطقة وعقد اتفاقيات مع المتعاملين الأجانب في مجال الاستثمار السياحي.
- نقص الحملات الإعلامية والإشهارية الترويجية للمنطقة أدى إلى ضعف الاتصال والإعلام على المستويين الوطني والخارجي، مما يساهم بقوة في تجاهل مقومات الجذب السياحي المحلي من أجل جلب إهتمام المستثمرين.
- الوكالات السياحية التي أصبحت وظيفتها تنظيم رحلات الحج والعمرة فقط، وغياب برامج ترويج للمنطقة.
- يلاحظ غياب التعاون الفعال بين مختلف القطاعات والمتعاملين السياحيين في مجال الاستثمار السياحي، مما يؤدي إلى ضياع فرض إستثمارية هامة.
- عدم تهيئة المسالك السياحية وتزويدها بالضروريات اللازمة كالماء والبنزين والكهرباء، لإمكانية التفكير في الإستثمار في بعض المناطق القريبة من المواقع السياحية.
- عدم تهيئة المناخ الحموي للسماح للمستثمرين بالمبادرة بالإستثمار.
- غياب الوعي والثقافة السياحية لدى السكان المحليين، وقلة الإمكانيات المادية والبشرية للجمعيات التي تنشط في الميدان، إذ يقع على عاتقها تنشيط الحركة السياحية واستقبال السياح، والقيام بأعمال الدعاية والإشهار للمنطقة.
- دور مديرية السياحة غير واضح في تنشيط السياحة المحلية.

خلاصة:

تناولنا في الفصل الثاني الجانب التطبيقي للدراسة حيث تعرفنا على السياحة في ولاية بسكرة والمقومات الأساسية لجذب الاستثمار السياحي وتحدياته، وتعتبر من أهم المناطق السياحية في الجنوب بالعرف على الاطار الجغرافي والسياحي والتاريخي لها، كما أنها تتوفر على مقومات ومعالم سياحية هائلة والتي تتمثل في المناظر الطبيعية الخلابة، والمعالم التاريخية والثقافية والأثرية والدينية، كما تعرف ولاية بسكرة بتراثها العريق في مجال الصناعة التقليدية، حيث تمارس العديد من الحرف اليدوية التي تعد بمثابة هوية ثقافية مميزة للمنطقة.

كما تم التطرق الى السوق السياحية في ولاية بسكرة ومقومات جذب الاستثمار السياحي، حيث تم ابراز أهم امكانيات العرض والطلب السياحي في الولاية، وتتمثل المقومات السياحية في مختلف المعالم والمواقع والمناظر الطبيعية التي تؤهلها لجذب كم هائل من السياح، وتساعد على تنمية قطاع السياحة وجذب الاستثمارات السياحية، وترجعها لان تكون قطب سياحي بامتياز، وذلك بتضافر كل الجهود من خلال إعطاء أهمية لدراسة وإقامة مشاريع سياحية وفندقية من أجل التكفل بالسياح الوافدين للولاية وبالتالي خلق المزيد من الحركة التنموية على المستوى المحلي وبعث روح أكثر من جديد للاستثمار السياحي .

الخاتمة

الخاتمة:

النهوض بأي قطاع يستلزم فهم مقوماته وتحديدتها بشكل دقيق لأن ذلك من شأنه أن يحدد نقاط قوته ودعمه، والقطاع السياحي كغيره من هذه القطاعات لذلك لا بد من فهم مقوماته وكذا مقومات جذب الاستثمار فيه، ومن خلال دراستنا لماهية السياحة ومقومات السياحة وصولاً إلى قراءة واقع السياحة في الجزائر ومقومات جذب الاستثمار السياحي فيها، تبين بأنه رغم توفر الجزائر على العديد من المقومات السياحية ومقومات جذب الاستثمار السياحي، إلا أنها لا زالت تحتل مراتب متأخرة من ناحية الاستثمار السياحي، رغم محاولات الدولة العديدة للنهوض بالقطاع السياحي باتباع عدة استراتيجيات مختلفة، إلا أن غياب استراتيجية حقيقية وواضحة جعل القطاع السياحي أقل فعالية لجذب الاستثمار السياحي، ورغم توفرها على مقومات عديدة ومتعددة تختلف باختلاف الولايات والمناطق السياحية التي تم تصنيف العديد منها، وولاية بسكرة من ضمن هذه الولايات باعتبارها ولاية رابطة بين شمال وجنوب الجزائر، تجعل منها منطقة مهمة لجذب الاستثمار السياحي نظرياً، والتي شملها مخطط التوجيه للتهيئة السياحية "SDAT" نظراً لكونها من أهم مناطق الامتياز السياحي جنوب شرق الجزائر، رغم ذلك تبقى ولاية بسكرة تعاني من عدة نقائص في الجانب السياحي وهذا ما توصلنا إليه من خلال الدراسة التطبيقية.

إختبار الفرضيات:

- تتوفر الجزائر على العديد من مقومات جذب الاستثمار السياحي فهي تتوزع على مختلف ولايات الوطن على غرار ولاية بسكرة وهي فرضية مقبولة.
- وجود العديد من المقومات السياحية الأساسية: الطبيعية والتاريخية والثقافية في ولاية بسكرة تجعلها وجهة للسواح وبالتالي تشجع على جذب الاستثمار السياحي وهي فرضية مقبولة.
- رغم وجود العديد من الهياكل القاعدية السياحية الجاذبة للاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، إلا أن تدهور البنى التحتية وعدم كفاية المرافق والهياكل السياحية التي يعتبرها المسؤولون خارجة عن سلطتهم ومسؤوليتهم كالحدايق والمطاعم وبعض المرافق السياحية، وهذا يقلل من فرص جذب الاستثمار السياحي في الولاية وهي فرضية مرفوضة.
- إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT لم يصل بعد الى تحقيق الأهداف المرجوة للنهوض بالقطاع السياحي وهي فرضية مرفوضة.

نتائج الدراسة:

جاءت دراستنا هذه لفهم والتعرف على واقع مقومات الاستثمار السياحي لولاية بسكرة، فيما يلي بعض النتائج المتوصل إليها:

النتائج المتحصل عليها حول ولاية بسكرة في معظمها شاملة لولاية اولاد جلال باعتبارها كانت تابعة لها قبل التقسيم الاداري لسنة 2022، وحسب تصريحات مديرية السياحة الصناعة التقليدية بولاية بسكرة، الجهة الوصية المحلية المختصة بالقطاع السياحي فإنهم لا يملكون أي بيانات أو معلومات تشير إلى التحديث الناتج عن الفصل بين الولايتين.

- لا يزال الاستثمار السياحي ضعيفا رغم امتلاك الجزائر لمقومات سياحية تؤهلها لان تصبح دولة سياحية بامتياز وهذا راجع لنقص اهتمام الدولة بالقطاع السياحي وجعله مصدر أساسي للعوائد المالية التي تدعم ميزانية الدولة.
- بالرغم من وجود كل المقومات السياحية الطبيعية والثقافية والتاريخية في ولاية بسكرة، إلا أن تدهور البنى التحتية وشبكة التواصل والمواصلات، وكذا تدني مستوى الخدمات سيؤدي لا محالة إلى تدني عدد السياح مما يؤدي إلى تدهور القطاع وبالتالي ضعف جذب الاستثمارات السياحية.
- القطاع السياحي بولاية بسكرة لا يلعب دوره بالشكل المطلوب مقارنة مع ما تملكه الولاية من مقومات سياحية ومقومات لجذب الاستثمارات السياحية، لعدم الاهتمام باستغلال المقومات المميزة للولاية مثل الصناعات التقليدية والحرفية وعدم وجود مرافق وهايكل، إضافة إلى إهمال السلطات لبعض المرافق السياحية واعتبارها خارجة عن سلطتها ومسؤوليتها كالحدايق والمطاعم والمساحات الخضراء وكذا إهمال الموروث الثقافي.
- مع تعدد المشاريع السياحية وتنوعها إلا أنها تبقى بحاجة إلى المتابعة والمراقبة الفعلية من ناحية التمويل وتقديم التسهيلات الادارية و توفير العقار.
- التدفق السياحي بالولاية في مجمله في تطور مستمر إلا أنه لوحظ في الآونة الأخيرة أن التدفق الداخلي في ارتفاع مستمر عكس الخارجي الذي يأخذ في الانحدار.
- إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لم يصل بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة للنهوض بالقطاع السياحي وجذب الاستثمارات.

التوصيات:

- تنويع الاستثمارات السياحية، ودعم البنى التحتية واستكمال البنية التشريعية وتنفيذ القوانين المنظمة للسياحة، إضافة إلى تطوير أشكال النقل بكل أنواعه كونه يحتوي على عوامل هامة لجذب المستثمرين.
- العمل على مضاعفة المبالغ المعتمدة لترقية قطاع السياحة والمشاريع السياحية وكذا مراقبتها ومتابعتها.
- العمل على توفير محيط يساهم في بناء وتطوير القطاع السياحي من أجل الارتقاء بالسياحة وجذب الاستثمارات، من خلال إعادة النظر في طرق تمويل المشاريع السياحية وتهيئة العقار السياحي.
- تقديم دعم أكثر لصالح الحركة الجمعوية والمجتمع المدني المهتم بترقية السياحة محليا.
- القيام بالترويج السياحي لولاية بسكرة داخليا وخارجيا وذلك باستغلال وسائل التكنولوجيا.

- إستغلال كل هاته المقومات والإمكانيات السياحية أحسن استغلال، ولا ننسى كذلك المحافظة على هذه المقومات السياحية وصيانتها.
- إعطاء أهمية للفنادق وهيئتها وتحسين خدماتها، باعتبارها وجهة لراحة السواح وإيوائهم وهذا مايساعد في جذب الاستثمار السياحي.

آفاق البحث:

من خلال دراستنا لموضوع مقومات جذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة، إرتأينا أنه موضوع، واسع ويحتاج إلى المزيد من التحليل في العديد من حيثياته حيث أن هناك بعض الجوانب الهامة التي تتطلب التعمق والتفصيل، منها ما يتعلق بوجه الخصوص بالعناوين التالية:

- طبيعة المقومات السياحية والسعي إلى تطويرها من أجل جذب الاستثمارات السياحية وإنعاش الاقتصاد.
- الثقافة السياحية ودورها في تنمية المناطق السياحية وجذب الاستثمارات السياحية .
- الاقتراحات والإرشادات وأهميتها في تشجيع السوق السياحي.



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
V	شكر وتقدير
VI	اهداء
VII-	ملخص
VIII	فهرس المحتويات
XI	فهرس الجداول
x	فهرس الأشكال
أ-د	مقدمة
الفصل الاول: الإطار العام لدراسة السياحة ومقومات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر	
3	المبحث الأول: الإطار النظري لدراسة السياحة والاستثمار السياحي
3	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والسوق السياحي والمؤسسات السياحية
3	الفرع الأول: ماهية السياحة والسوق السياحي
16	الفرع الثاني: المؤسسات السياحية وأهميتها
17	الفرع الثالث: خصائص وأهداف المؤسسات السياحية
18	الفرع الرابع: مجالات المؤسسات السياحية
23	المطلب الثاني: ماهية الاستثمار السياحي
23	الفرع الأول: مفهوم الاستثمار السياحي وأهميته
25	الفرع الثاني: عوامل جذب الاستثمار السياحي
27	الفرع الثالث: معوقات جذب الاستثمار السياحي
29	المبحث الثاني: واقع وآفاق جذب الإستثمار السياحي في الجزائر
29	المطلب الأول: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر
29	الفرع الأول: الاستثمار السياحي في الجزائر
29	الفرع الثاني: مقومات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر
35	الفرع الثالث: معوقات جذب الاستثمار السياحي في الجزائر
37	المطلب الثاني: التدابير والاستراتيجيات الموجهة لجذب الاستثمار السياحي في الجزائر
37	الفرع الاول: التدابير المتخذة لدعم الاستثمار السياحي في الجزائر
38	الفرع الثاني: الاستراتيجيات الموجهة لتنمية السياحة الجزائرية

الفصل الثاني: السياحة ومقومات جذب الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة	
46	المبحث الأول: لمحة عامة عن السياحة في ولاية بسكرة
46	المطلب الأول: الإطار الجغرافي لولاية بسكرة
46	الفرع الأول: الموقع الجغرافي
47	الفرع الثاني: التضاريس والمناخ
48	المطلب الثاني: الإطار السياحي الثقافي والتاريخي لولاية بسكرة
48	الفرع الأول: المعالم التاريخية والثقافية بولاية بسكرة
51	الفرع الثاني: الصناعات التقليدية والحرفية
53	المبحث الثاني: السوق السياحية في ولاية بسكرة ومقومات جذب الاستثمار وتحدياته
53	المطلب الأول: مقومات العرض والطلب السياحي
53	الفرع الأول: مقومات العرض السياحي بولاية بسكرة
59	الفرع الثاني: الطلب السياحي لولاية بسكرة
62	المطلب الثاني: واقع وتحديات الاستثمار السياحي بولاية بسكرة
62	الفرع الأول: واقع مشاريع الاستثمار السياحي بولاية بسكرة
65	الفرع الثاني: آلية ترقية وتطوير الاستثمار السياحي والتحديات بولاية بسكرة
71-69	الخاتمة
76	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملحق رقم (01) طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج بمديرية السياحة لولاية بسكرة
	ملحق رقم (02) تصريح شرقي للطالبة مخلولة صباح
	ملحق رقم (03) تصريح شرقي للطالبة عزيزي اماني

A gray scroll graphic with a black outline, featuring a rolled-up top edge and a vertical strip on the left side. The text is centered on the scroll.

قائمة

المصادر والمراجع

- 1- إبراهيم أحمد سعيد، و محمد فريد فاتن . (1 7 , 2016). مقومات الاستثمار السياحي في محافظة اللاذقية. مجلة جامعة تشرين للبحوث ودراسات العلمية .
- 2-أيوب الشيكري، و زوليخة خلادوي. (29 1 , 2021). واقع السياحة في المغرب وآليات تطويرها . مجلة معارف للعلوم القانونية والاقتصادية .
- 3-خديجة عزوز ، و ربيع بلابية. (2022). القطاع السياحي ورهانات التنوع الاقتصادي في الجزائر مخبر MQEMADD بالتعاون مع مشروع بحث prfu الاستثمار السياحي في الجزائر كالية للتنوع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة. جامعة 8ماي 1945 قالة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم التسيير.
- 4-داود غديري، و مليكة بلفتي، و سارة بوحبل. (07 09 , 2020). واقع الاستثمار السياحي في الجزائر. الجزائر: المجلة لمغربية للاقتصاد والمناجمنت.
- 5-رفعت عبد الله سليمان، و صورية شنهى. (2019). تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ الاستدامة. 123-141 (3) . الاسماعيلية-المسيلة، جامعة قناة السويس /جامعة السعيد بن لخصر: مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة.
- 6-سناء مرغاد، فيروز قطاف ، و رابع خوني. (2017). دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في الجزائر دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة. مجلة العلوم الانسانية .
- 7-سهام عيساوي . (2017). واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس دراسة مقارنة . مجلة اقتصادية المال والأعمال .
- 8-شراز حاييف سي حاييف، و دليلة بركان. (2019). اليات وسبل ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة. مجلة العلوم الادارية والمالية ، الصفحات 116-130.
- 9-صليحة خنوش. (3 2 , 2017). واقع و آفاق التسويق السياحي الإلكتروني بالمؤسسات السياحية الجزائرية دراسة حالة الديوان الوطني الجزائري للسياحةONAT. مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات .
- 10-عز الدين بن تركي، و منصف شرفي. (2019). الاستثمار السياحي كخيار استراتيجي للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر. قسنطينة: كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير.
- 11-عفاف بشيري. (2022). دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر. جامعة زيان عاشور بالجلفة : كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير.
- 12-محمود عيود سالم، و سالم حميد الجبوري. (2 1 , 2008). ادارة المعرفة وأثرها في تنشيط التسويق السياحي الفندق. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية .
- 13-موراد اهتان، و جلول شويرب. (2016). اثر الاستثمار السياحي في القطاع السياحي على بعض مؤشرات الاقتصاد الوطني. (العدد 04) . المدينة، جامعة المدينة، الجائر: مجلة المستقبل الاقتصادي.
- 14-نبيل بن مرزوق ، و محمد يدو . (2018). الاستثمار السياحي كالية لتعزيز التنمية السياحية في الجزائر دراسة حالة تقييمية. مجلة نور للدراسات الاقتصادية .
- 15-نجاه بن تركية. (1 1 , 2017). السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر Sport tourism tributary to stimulate domestic tourism in Algeria . مجلة العلوم الادارية والمالية .
- 16-نعيمة زعرور ، و وسيلة السبتي. (12 , 2018). عوامل الجذب السياحي في الجزائر. مجلة المقار الدراسات الاقتصادية - المركز الجامعي تندوف .
- 17-وهيبة مربعي . (19 12 , 2012). واقع العرض والطلب السياحي لولاية باتنة . الملتقى الوطني حول فرص السياحة الداخلية في الجزائر .
- 18-يزيد تفرات، أسماء عدة، و نسرين كزيز. (2018). أهمية تأسيس البنية التحتية في بعث صناعة السياحة في الجزائر. مجلة اقتصاد المال والأعمال .
- 19- أبي سعيد الديوه جي ، و أسعد حماد أبو رمان. (2000). التسويق السياحي والفندق. عمان: الحامد للنشر والتوزيع.

- 20-اسماعيل الدباغ ، و إلهام خضر شبر. (2015). *مدخل متكامل في الاستثمار السياحي والتمويل*. الجامعة المستنصرية: إثناء للنشر والتوزيع.
- 21-بدر حميد عساف. (2016). *تنمية الموارد البشرية*. عمان: المملكة الأردنية الهاشمية.
- 22-زيد منير عبوري. (2016). *مبادئ السياحة الحديثة*. المملكة الاردنية الهاشمية: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- 23-زيد منير عبوي. (2008). *إدارة الفنادق والقرى السياحية*. عمان: دار الواحة للنشر والتوزيع.
- 24-سعيد البطوطي . (2010). *شركات السياحة ووكالات السفر* . مصر : مكتبة الانجلو المصرية .
- 25-سليم ماهر . (2014). *تطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي . وقائع اعمال المؤتمر الدولي جامعة الشرق الاوسط* .
- 26-صفاء عبد الجبار الموساوي، و زينب عبد الرضا الجزائري. (2021). *الاقتصاد السياحي الرقمي ودوره في التنمية السياحية*. عمان الاردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 27-عبد الحفيظ يحيى. (2022). *القطاع السياحي ورهانات التنوع الاقتصادي في الجزائر* كتاب جماعي. الجلفة: جامعة بوزيان عاشور.
- 28-عبد الحميد النبي طائي . (2004). *التسويق السياحي*. عمان - الاردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- 29-عبد الرضا حمزة جنان. (2016). *إدارة المشروعات السياحية* . عمان: دار الايام للنشر والتوزيع .
- 30-عبد الوهاب إدريس. (2010). *التسويق السياحي*. محاضرات . جامعة تبوك: قسم التسويق كلية إدارة الأعمال.
- 31-عدنان عبد الجبار الحميري، و رامي فلاح الطويل. (2016). *التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة*. دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 32-مصطفى يوسف كافي. (2017). *التنمية السياحية*. قسنطينة -الجزائر: AlphaDoc.
- 33-مصطفى يوسف كافي. (2016). *فلسفة اقتصاد السياحة والسفر*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 34-مصطفى يوسف كافي، و هبة كافي. (2016). *جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية*. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 35-منال عبد المعطي أحمد شوقي . (2010). *دراسة في مدخل علم السياحة*. الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 36-ابراهيم الخليل بن عزة. (2014 - 2015). *استخدام وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسات السياحية ودوره في تنمية الثقافة السياحية* (دراسة حالة المؤسسات السياحية لولاية الشلف. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال . جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم: كلية العلوم الاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اللغة والاتصال.
- 37-عبد الحميد بن باديس - مستغانم: كلية العلوم الاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص اللغة والاتصال.
- 38-أسماء بركان. (2015 - 2016). *دور العلاقات العامة في تطوير أداء الخدمات السياحية الالكترونية*. أطروحة دكتوراه . جامعة لونييسي علي البليدة 2: علم اجتماع.
- 39-دليلة مسدوي. (2008 - 2009). *مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الفندقية في ترقية و نمو القطاع السياحي*. مذكرة ماجستير في علوم التسيير . جامعة بوفرة بومرداس.
- 39-راضية بن نوي. (2019 - 2020). *أهمية التسويق السياحي الإلكتروني في تنمية الطلب السياحي الداخلي- دراسة ميدانية لعينة من الهيئات السياحية الوطنية - بالجزائر*. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير . جامعة باتنة 1: شعبة الاستراتيجية والتسويق - الاتصال.
- 40-ريان زير. (2017 - 2018). *مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الامارات*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية . جامعة محمد خيضر - بسكرة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير قسم العلوم التجارية.
- 41-سارة زاغز. (2020 - 2021). *أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية . جامعة محمد خيضر - بسكرة: تخصص: تسويق سياحي علوم التسيير قسم العلوم التجارية.

- 42-سعد بلة. (2023-2022). دور المؤسسات السياحية في تسويق الوجهة الصحراوية المستدامة في الجزائر. *دكتوراه*. ورقة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
- 44-شوقي ناجم. (2023- 2022). نمذجة قياسية المحددات نمو القطاع السياحي دراسة مقارنة خلال الفترة (1996-2020). *أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية*. المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميله: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير.
- 45-عائشة شرفاوي. (2014 - 2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية. *أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص تسيير*. جامعة الجزائر 3.
- 46-عبد القادر عوينان. (2013-2012). السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات 2025. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر: جامعة الجزائر.
- 47-عبد الله عياشي. (2022, 3 2). دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في المناطق الصحراوية. *مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة*، المجلد 5 (العدد 01).
- 48-نسرين بوزاهر. (2016 - 2017). ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة منطقة الزيبان. *أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية*. جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 49-نوال قمر اوي. (2010 - 2011). اثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة. *مذكرة ماجستير*. جامعة الجزائر: علوم التسيير.
- 50-نونة بن حملاوي. (2018- 2019). واقع و آفاق التسويق السياحي الإلكتروني بالمؤسسات السياحية الجزائرية دراسة حالة الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT. *مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية تخصص تسويق*. جامعة الجزائر 3: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير.
- 51-يمينة مفاتيح. (2017 - 2018). أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية حالة الاقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بالتونس. *الأطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه*. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 52-التهنية السياحية. (2024). تاريخ الاسترداد 05, 17, من وزارة السياحة: <http://www.mta.gov.dz>
- 53-المعالم التاريخية في بسكرة. (2024). تم الاسترداد من مديرية السياحة والصناعة التقليدية: <https://biskra.mta.gov.dz>
- 54-المعطيات الجغرافية لولاية بسكرة. (2024). تاريخ الاسترداد 05, 12, 2024، من ولاية بسكرة: <http://wilayabiskra.dz>
- 55-مداخلة المدير السياحي لولاية بسكرة. (2024, 01 12). تم الاسترداد من الاذاعة الجزائرية: <https://new.radioalgerie.dz>

الملاحق

ملحق رقم (01) طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج بمديرية السياحة لولاية بسكرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير
عمادة الكلية

Université Mohamed Khider - Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion

الرقم : 0084 / تدرج - امتحان / 2024

إلى السيد مدير: مديرية السياحة لولاية بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للمطلبة:

1. أماني عزيزي
2. صباح مخلولة
- 3 /

المسجلون - قسم العلوم الاقتصادية
بالسنة: ثانية ماستر اقتصاد المؤسسة
وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنولة بـ:

مقومات جذب الاستثمار في المؤسسات السياحية دراسة حالة لولاية بسكرة خلال الفترة 2010-
2022.

وفي الأخير نقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

بسكرة في 2024-02-08

ع/ عميد الكلية

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

عبدالمعز بن عبدالمجيد
مدير السياحة والصناعة التقليدية
عبدالمعز بن عبدالمجيد

عبدالمعز بن عبدالمجيد
مدير السياحة والصناعة التقليدية
عبدالمعز بن عبدالمجيد

ملحق رقم (02) تصريح شرفي للطالبة مخلولة صباح

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la
Recherche Scientifique
Université Mohamed KHIDHER - Biskra
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion
Département des Sciences Économiques

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث
(منسق القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

أنا الممضي أدناه،
السيد: مخلولة صباح
الصفة: طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2051142745 الصادرة بتاريخ: 2019.10.03
المسجل بكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية
تخصص: إدارة الأعمال والتسيير
والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة التخرج ماستر ماجستير
أطروحة دكتوراه

تحت عنوان: مذكرة التخرج في إدارة الأعمال والتسيير
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث وفق ما ينصه القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

التاريخ: 2024.06.04
إمضاء الممضي بالأمر
مخلولة صباح

قسم العلوم الاقتصادية

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la
Recherche Scientifique
Université Mohamed KHIDHER - Biskra
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بiskra
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

(ملحق القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

أنا الممضي أدناه،

السيدة عزيزي اماري

الصفة: طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 205436492 الصادرة بتاريخ: 19.12.2019

المسجل بكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم: العلوم الاقتصادية

تخصص: التسيير

والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة التخرج ماستر ماجستير

أطروحة دكتوراه

تحت عنوان: دراسة حول...

أصرح بشرفي أنني أتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة
الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث وفق ما ينصه القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد
للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

التاريخ: 20.12.2020

إمضاء المعني بالأمر

