

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
Université Mohamed Khaider Biskra

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



الموضوع

مساهمة تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار
في دعم مشاريع القطاع السياحي
- دراسة حالة قطاع السياحة بولاية جيجل -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية

الأستاذ المشرف:

أ.د/ لخضر مرغاد

إعداد الطالب:

محمد كعواش

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	أعضاء اللجنة
جامعة بسكرة	رئيسا	أ.د/ رابح خوني
جامعة بسكرة	مقررا	أ.د/ لخضر مرغاد
جامعة بسكرة	مناقشا	د/ عبد الحق رايس
جامعة جيجل	مناقشا	د/ منير لواج
جامعة جيجل	مناقشا	د/ العيد قريشي
المركز الجامعي ميلة	مناقشا	د/ فاروق بوالريحان

السنة الجامعية: 2022/2021

إهداء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله و أطال في

عمرهما و متعهما بموفور الصحة و العافية.

إلى أختي و إخوتي و كل أفراد أسرتي

إلى كل الأصدقاء.

إلى روح خالي رحمه الله

و طيب ثراه و جعل الجنة مثواه.

إلى كل من أحبني وأحبته في الله.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنعم علينا بأنواع النعم و لطائف الإحسان
و فضلنا على سائر خلقه بتعلم العلم و البيان...
و الصلاة و السلام على سيدنا محمد المبعوث بخير الممل و الأديان
و على آله و صحبه بذور معالم الإيمان و شمس عوالم العرفان...

بتوفيق من الله عز وجل، تم إتمام هذا العمل المتواضع،
الذي نسأل الله ألا يحرمنا أجره.

واعترافنا منا بالفضل لأهله عملاً بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " لا يشكر
الله من لا يشكر الناس"، أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا الدكتور "الخضر
مرغاد" الذي كان أميناً معنا، ناصحاً لنا ومشرفاً علينا، والذي لم يبخل علينا
بنصائحه وتوجيهاته القيمة، فجزاه الله عنا خير الجزاء.

كما لا ننسى أن نشكر أستاذتنا الأفاضل الذين سألنا شرفه مناقشتهم
لأطروحتي هذه، فلمم الشكر والعرفان على مجمل نصائحهم وتوجيهاتهم.
كما لا يفوتنا أن نشكر كل من وقف معنا ودعمنا من بعيد أو قريب على
إتمام هذه الأطروحة، بجهده، ووقته ودعائه، ودائم دعمنا له أوفياء.



الملخص

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول، بحيث تلعب دورا هاما في تفعيل التنمية الاقتصادية و ذلك من خلال ما تساهم به في تدفق العملات الأجنبية، توفير فرص العمل و امتصاص البطالة و المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي و زيادة الدخل الوطني و الفردي و بالتالي زيادة رفاهية المواطنين كنتيجة لذلك، بالإضافة إلى تنمية القطاعات الأخرى المكملة للقطاع السياحي، و لهذا اهتمت الكثير من الدول بتطوير قطاعها السياحي، و منها الجزائر التي أعدت مخططا لتطوير القطاع السياحي و النهوض به من خلال تشييد الإستثمارات لتجاوز معضلة تواضع الحاضرة الفندقية من حيث الكم و النوع، الذي يعتبر السمة المميزة لقطاع السياحة بولاية جيجل، التي ورغم امتلاكها لمقومات سياحية معتبرة جعلتها من الوجهات المفضلة في إطار السياحة الداخلية، إلا أنها تعاني من عجز كبير في هياكل الإستقبال و رغم برمجة إنجاز العديد من المشاريع السياحية بهذه الولاية إلا أن أغلبها لا يزال يراوح مكانه.

و عليه قد تمحورت إشكالية دراستنا حول مدى مساهمة دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للإستثمار في دعم مشاريع القطاع السياحي بولاية جيجل؟ حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التزام المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة بولاية جيجل تجاه القيام بدراسة الجدوى الإقتصادية و استخدام معايير تقييم المشاريع و ذلك على عينة عشوائية بسيطة من واحد و أربعون مشروعا ، استخدمنا في ذلك المنهج الوصفي الملائم لطبيعة الموضوع، كما اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة من مفردات عينة الدراسة، و تم معالجة البيانات المجمعة إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية.

توصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع من الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية. و كذلك الأمر للقيام بدراسات الجدوى التفصيلية في حين كان هناك مستوى متوسط من الإلتزام تجاه استخدام معايير تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للإستثمار في اتخاذ القرارات الإستثمارية.

الكلمات المفتاحية: الجدوى الإقتصادية؛ السياحة ؛ الإستثمار السياحي؛ المشاريع السياحية، الربحية التجارية، الربحية الإجتماعية.

Abstract:

Tourism is one of the most important sectors on which the economies of many countries are based, as it plays an important role in activating economic development through what it contributes to the flow of foreign currencies, providing job opportunities, absorbing unemployment, contributing to the gross domestic product and increasing national income. Individuals and thus increase the welfare of citizens as a result, in addition to the development of other sectors complementary to the tourism sector, and this is why many countries have been interested in developing their tourism sector, including Algeria, which has prepared a plan for the development of the tourism sector and advancement through the construction of investments to overcome the dilemma of the humility of the hotel in terms of quantity and type, Which is the distinguishing feature of the tourism sector in the state of Jijel, which, despite possessing significant tourism potentials that made it one of the preferred destinations within the framework of domestic tourism, suffers from a significant deficit in reception structures.

Accordingly, the problem of our study revolved around the extent to which the feasibility studies and the assessment of the commercial and social profitability of investment contribute to supporting the tourism sector projects in the state of Jijel? Where the study aimed to find out the extent of the commitment of institutions investing in the tourism sector in Jijel state towards carrying out an economic feasibility study and using project evaluation criteria on a simple random sample of forty-one projects. To collect the necessary data from the study sample vocabulary, the collected data were processed statistically using the Statistical Package for Social Sciences program.

The study concluded that there is a high level of demand and awareness of the importance of feasibility studies and evaluation of tourism projects with investments in the tourism sector in the Wilayat. The same applies to carrying out detailed feasibility studies, while there was an average level of commitment towards using the criteria for evaluating the commercial and social profitability of investment in making investment decisions.

Keywords: Feasibility; tourism; tourism investment ; Tourism projects. commercial profitability, social profitability



المحتويات

الصفحة	العنوان
-	إهداء
-	شكر و تقدير
V	الملخص
VIII	فهرس المحتويات
XI	فهرس الأشكال
XII	فهرس الجداول
XVI	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: الاستثمار في قطاع السياحة و مكانته الاقتصادية	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الإستثمار السياحي - مفاهيم أساسية-
03	المطلب الأول: ماهية الاستثمار
06	المطلب الثاني: مفهوم الاستثمار السياحي
13	المطلب الثالث: مجالات الاستثمار السياحي و العوامل المؤثرة فيه و في نموه
18	المبحث الثاني: المكانة التنموية للاستثمار في قطاع السياحة
19	المطلب الأول: الاستثمار السياحي و التنمية السياحية
31	المطلب الثاني: الاستثمار في قطاع السياحة و دوره في التنمية الاقتصادية
44	المطلب الثالث: تطور المكانة التنموية للاستثمار في قطاع السياحة
56	المبحث الثالث: الاستثمار السياحي في الجزائر
56	المطلب الأول: مقومات الاستثمار السياحي في الجزائر
63	المطلب الثاني: محفزات الاستثمار في قطاع السياحة الجزائري
70	المطلب الثالث: الخطة الاستراتيجية للاستثمار في قطاع السياحة بالجزائر
83	خلاصة

الفصل الثاني: دراسات الجدوى الاقتصادية للاستثمار في المشاريع السياحية	
85	تمهيد
86	المبحث الأول: ماهية دراسات جدوى المشاريع الاستثمارية السياحية
86	المطلب الأول: مفهوم دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية
92	المطلب الثاني: أهمية دراسات جدوى المشروعات السياحية
97	المطلب الثالث: متطلبات، مجالات، و صعوبات تطبيق دراسات جدوى المشروعات السياحية
104	المطلب الرابع: تحليل مراحل دراسة جدوى المشروعات السياحية
114	المبحث الثاني: دراسات الجدوى التفصيلية للمشروعات السياحية
114	المطلب الأول: دراسة الجدوى التسويقية للمشروعات السياحية
132	المطلب الثاني: دراسة الجدوى الفنية للمشروعات السياحية
138	المطلب الثالث: دراسة الجدوى القانونية للمشروعات السياحية
148	المطلب الرابع: دراسة الجدوى التمويلية للمشروعات السياحية
154	المبحث الثالث: جوانب مهمة في إعداد دراسات جدوى المشروعات السياحية
154	المطلب الأول: ضرورة أخذ التأثيرات البيئية بعين الاعتبار
160	المطلب الثاني: دور الدولة في تشجيع الاستثمار السياحي
166	خلاصة
الفصل الثالث: تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في المشاريع السياحية	
168	تمهيد
169	المبحث الأول: دراسات الجدوى وأسس تقييم المشروعات السياحية
169	المطلب الأول: طبيعة وأهمية تقييم المشروعات السياحية
175	المطلب الثاني: التقييم المالي للمشروعات السياحية وعناصره "الربحية التجارية"
179	المطلب الثالث: مكانة تحليل التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات السياحية.
194	المطلب الرابع: التقييم الاقتصادي للمشروعات السياحية "الربحية الاجتماعية"
201	المبحث الثاني: معايير تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية
201	المطلب الأول: معايير التقييم التقليدية
204	المطلب الثاني: معايير القيمة الزمنية للنقود

210	المطلب الثالث: أساليب التقييم في ظل ظروف المخاطرة وعدم التأكد
215	المبحث الثالث: معايير تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع السياحية
216	المطلب الأول: معيار القيمة المضافة والتحليل الرئيسي للربحية الاجتماعية
224	المطلب الثاني: المؤشرات الإضافية للربحية الوطنية
233	خلاصة
الفصل الرابع: واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل	
235	تمهيد
236	المبحث الأول: وضعية الاستثمار السياحي بولاية جيجل
236	المطلب الأول: مقومات الاستثمار السياحي بولاية جيجل
241	المطلب الثاني: محفزات الاستثمار السياحي بولاية جيجل
243	المطلب الثالث: واقع المشاريع السياحية بولاية جيجل
246	المبحث الثاني: الدراسة الميدانية لواقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل
246	المطلب الأول: منهجية وإجراءات الدراسة
259	المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة
268	المطلب الثالث: عرض و تحليل بيانات الدراسة الميدانية
316	المطلب الرابع: اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة
337	خلاصة
339	خاتمة
348	قائمة المراجع
365	الملاحق

فهرس الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
34	تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)	01
37	تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة و السفر في الناتج الإجمالي العالمي للفترة خلال الفترة (2006-2016).	02
42	خلق وتنمية العلاقة بين القطاعات الاقتصادية والخدمات وقطاع السياحة	03
45	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2006-2019)	04
46	تطلعات منظمة السياحة العالمية للسياحة المستقبلية آفاق 2030	05
49	تطور حجم الانفاق السياحي العالمي خلال الفترة (2006-2019)	06
51	تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2019)	07
52	توزيع الإيرادات السياحية حسب الأقاليم السياحية الدولية لسنة 2019	08
55	تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2019)	09
105	مراحل إعداد دراسات الجدوى للمشروعات الإستثمارية	10
113	العلاقات الداخلية المتبادلة لدراسات الجدوى الاقتصادية.	11
174	مخطط الموازنة لعملية التقييم المالي والإقتصادي للمشروعات	12



قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر في العالم خلال الفترة (2006-2016)	33
02	تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي خلال الفترة (2006-2016)	36
03	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2006-2019)	45
04	توزيع عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الأقاليم لسنة 2019	46
05	الدول العشر الأولى عالميا من حيث الطلب السياحي عليها لسنة 2019	47
06	تطور حجم الانفاق السياحي العالمي خلال الفترة (2006-2019)	48
07	الدول العشر الأولى عالميا من حيث النفقات السياحية سنة 2019	49
08	تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2019)	50
09	الدول العشر الأولى عالميا حسب الإيرادات السياحية لسنة 2019	53
10	تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2019)	54
11	مناطق التوسع السياحي في الجزائر	64
12	المواقع السياحية في الجزائر حسب الأولوية السياحية	72
13	خطة الأعمال السياحية في الجزائر لآفاق 2015	75
14	وضعية المشاريع السياحية نهاية 2015	76
15	وضعية الحضيرة الفندقية لغاية نهاية سنة 2019	77
16	تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2006-2019)	78
17	تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2006-2019)	79
18	مساهمة القطاع السياحي في التشغيل خلال الفترة (2006-2019)	80
19	تطور حجم الاستثمارات السياحية خلال الفترة (2006-2019)	81

108	مصادر الفكرة الإستثمارية لمشروع سياحي	20
157	الأثر البيئي المحتمل للإستثمار السياحي	21
200	الاختلاف بين الربحية التجارية والربحية الإجتماعية	22
245	وضعية مشاريع الاستثمار السياحي بولاية جيجل إلى غاية جوان 2020	23
252	الحصيلة العامة للاستبيان	24
255	معاملات ترجيح أداة الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي	25
256	فئات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها	26
261	قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني	27
262	قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث	28
263	قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الرابع	29
264	قياس الصدق البنائي للمحور الثاني من الدراسة وأجزائه	30
265	قياس الصدق البنائي للمحور الثالث من الدراسة وأجزائه	31
265	قياس الصدق البنائي للمحور الرابع من الدراسة وأجزائه	32
266	قياس الصدق البنائي لأداة الدراسة و محاورها	33
267	نتائج الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ	34
268	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	35
269	توزيع أفراد العينة حسب العمر	36
269	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	37
270	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التخصص	38
271	توزيع أفراد العينة حسب حسب طبيعة المنصب في المشروع	39
272	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة في مجال الإستثمار السياحي	40
273	توزيع أفراد العينة حسب خبرة الإستثمار في مجالات أخرى	41
274	المشاريع السياحية من حيث العمر(عدد سنوات المبادرة بالمشروع)	42
275	المشاريع السياحية من حيث شكلها القانوني	43
275	المشاريع السياحية من حيث الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع	44

276	المشاريع السياحية من حيث مصادر تمويل المشروع	45
277	المشاريع السياحية حسب مكان إقامة المشروع	46
277	المشاريع السياحية حسب شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع	47
278	المشاريع السياحية حسب نوعية المشروع السياحي	48
280	استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	49
283	استجابات أفراد عينة الدراسة على سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	50
286	استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	51
288	مدى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل	52
291	استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التسويقية	53
294	استجابات أفراد عينة الدراسة مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى الفنية	54
297	استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى القانونية	55
300	استجابات أفراد عينة الدراسة مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى المالية	56
303	مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل	57
305	استجابات أفراد عينة الدراسة مدى تطبيق تقييم الربحية التجارية	58
310	استجابات أفراد عينة الدراسة مدى تقييم الربحية الإجتماعية	59
314	مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل	60
316	اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	61
317	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الأولى	62
318	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الثانية	63

319	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الثالثة	64
320	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الرئيسية الأولى	65
321	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الأولى	66
321	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الثانية	67
322	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الثالثة	68
323	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الرابعة	69
323	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الرئيسية الثانية	70
324	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الأولى	71
325	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الثانية	72
326	نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الرئيسية الثالثة	73
327	نتائج اختبار t للفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لاختلاف الجنس	74
328	نتائج تحليل التباين الأحادي في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر	75
330	نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المؤهل العلمي	76
331	نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير طبيعة التخصص	77
333	نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير طبيعة المنصب في المشروع	78
334	نتائج تحليل التباين الأحادي One Way Anova في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير سنوات الخبرة	79
336	نتائج اختبار t للفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لاختلاف الخبرة في الإستثمار في مجالات أخرى	80



فهرس الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
367	استبيان الدراسة	01
373	القائمة الإسمية للمحكمين	02
374	الصدق البنائي لأداة الدراسة	03
381	ثبات أداة الدراسة	04
382	الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة و خصائص المشروع	05
385	التكرارات والنسب المئوية الخاصة بعبارات محاور الدراسة	06
397	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات وأجزاء ومحاور الدراسة	07
400	اختبار التوزيع الطبيعي بواسطة معاملات الالتواء والتفرطح	08
401	نتائج اختبار t لعينة واحدة <i>One Sample T-Test</i>	09
403	اختبار t للفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين <i>T-Test for independent samples</i>	10
404	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي <i>One Way Anova</i>	11



مقدمة

مقدمة:

أصبحت التنمية الشاملة الشغل الشاغل لمعظم دول وحكومات العالم، وحتى يتحقق هذا الهدف فإن الأمر يتطلب تعبئة وتجنيد كل الموارد المتاحة المادية منها والبشرية، ضمن سياسات واستراتيجيات كلية (قطاعية) في إطار ما يسمى بالهندسة الشاملة للاقتصاد، و في هذا الإطار يشكل قطاع السياحة أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع النمو الاقتصادي ومن ثمة تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة.

و بالرغم من أن الجزائر وكغيرها من الدول النفطية حققت إيرادات كبيرة في سنوات سابقة من خلال قطاع المحروقات بفعل الانتعاش الذي عرفته السوق إلا أن هذه العوائد لم توظف بالشكل الجيد الذي يسمح بتحريك عجلة التنمية الاقتصادية، وذلك بسبب ضعف وجود استراتيجية واضحة لاستغلال هذه العوائد و تقلبات أسعارها في السوق الدولية، وإذا أخذنا في الاعتبار خطورة الاعتماد على قطاع واحد و بشكل أساسي كمصدر للإيرادات و العملة الصعبة فإن عملية البحث عن البدائل المناسبة لخلق تنمية مستدامة من خلال توظيف هذه العوائد يعد أمرا أكثر من ضروري.

حيث يعد الالتفات إلى القطاع السياحي بإعطائه الأهمية التي يستحقها من البدائل الممكن استغلالها و التي تستطيع الجزائر من خلالها التخفيف من متاعب تبعيتها للبترول وضمن تماسك اقتصادها وتنويع مصادر دخله، فهو القطاع الذي يتطلب استثمارات يمكن التحكم فيها والاستفادة منه تكون في مدد قياسية إذا ما قورن بالقطاعات الإنتاجية الأخرى شريطة توفير سبل النجاح من إرادة صادقة و مرافق سياحية وثقافة سياحية.

لذا فإن المصلحة الوطنية تستوجب اليوم أكثر من أي وقت مضى الالتفات إلى هذا القطاع وتثمينه وتطويره فالجزائر و لا سيما وزارة السياحة أمام تحديات كبرى في ما يخص إعادة بعث السياحة الجزائرية و الرفع من الأرقام التي يسجلها القطاع خاصة مع الظروف التي يعرفها العالم العربي و الدول المغاربية على وجه الخصوص، و التي من شأنها أن تحرك عجلة السوق السياحية ببلادنا، حيث تجمع كل العوامل و المؤشرات على امكانية تحقيق الجزائر للانطلاقة المرجوة في قطاع السياحة.

وعلى هذا سعت الحكومة الجزائرية إلى جعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المرجع الرئيسي للسياسة السياحية بالجزائر في آفاق 2030، مما يبرز الأهمية القصوى التي تكتسبها عملية ضبط استراتيجية وطنية واضحة في ميدان السياحة و كذلك ترقية الاستثمار والشراكة والاستغلال الأمثل للعقار السياحي، بما يضمن القضاء على معضلة العجز الموجودة في هياكل الاستقبال التي تعتبر اللبنة الأساسية لأي تنمية مرجوة في هذا القطاع. خاصة و أن معظم الدراسات التي أجريت أكدت على أن العمالة المتولدة عن وحدة من الإنفاق في التنمية السياحية تؤدي إلى ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر، وأن بناء غرفة فندقية جديدة يخلق ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، من خلال ترابطها الأمامي والخلفي وتكاملها مع القطاعات الأخرى مثل الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعة الأثاث الفندقي وقطاع المصارف والتأمين... إلخ، وهي كلها مكاسب اقتصادية واجتماعية تدخل في صميم الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لأية دولة. فلا يختلف اثنان في أن التطور الاقتصادي في أي بلد يؤدي حتما إلى إحداث تطور مماثل في الجانب الاجتماعي، بمعنى أن العلاقة بين القطاعين طردية. وإذا كان يفترض أن يساهم القطاع السياحي في توفير النقد الأجنبي لخزينة البلد فإنه في نفس الوقت يساهم في تخفيف حدة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين.

1- إشكالية الدراسة:

إذا حاولنا استقراء مدى مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، فإن أول ما يصطدم به المرء هو ضعف هذا القطاع من حيث المردودية الاقتصادية ومن حيث الهياكل المتنوعة أيضا. هذه الأخيرة تعتبر من الأولويات التي لا غنى عنها لترقية السياحة وتطويرها وجعل الاستفادة من عائداتها أمرا ممكنا. فرغم الكنوز السياحية التي تمتلكها الجزائر إلا أن حصتها من سوق السياحة العالمية تظل ضعيفة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال التي لا توفر حاليا سوى واحد وثمانين ألف سرير منها ستة و ثلاثون ألف تابعة للقطاع العام، و أن تسعين بالمئة من الحظيرة الفندقية بالجزائر لا تستجيب للمقاييس الدولية أي غير مصنفة، و لتدارك هذا العجز شددت الجهات الوصية على إعطاء الأولوية في التعامل مع القطاع لتوفير و تأهيل الهياكل السياحية ثم الحديث عن الخدمات من خلال التكوين و الإعلام و الاتصال.

و في ظل هذا التوجه المعمول به حاليا تشهد المرحلة الراهنة تسارعا في مجال التنافس في برمجة و إنجاز المشاريع السياحية بهدف الرفع من قدرات الاستقبال حيث تشير آخر الأرقام إلى وجود أكثر من ثمان مئة طلب استثمار على مستوى الوزارة داخل مناطق التوسع السياحي و غيرها ناهيك عن التي هي في طور الانجاز.

و ولاية جيجل لم تشد عن القاعدة السابقة كونها ولاية سياحية بامتياز إذ و رغم الكنوز السياحية التي تمتلكها إلا أنها تعاني من عجز كبير في هياكل الاستقبال فهي لا تتوفر حاليا سوى على ما يقارب ألفين و مئتي سرير ممتثلة في ثمان و عشرون مؤسسة فندقية، كلها لا تستجيب للمقاييس الدولية أي غير مصنفة، و لتدارك هذا العجز تعمل الجهات الوصية على إعطاء الأولوية في التعامل مع القطاع لتوفير و تأهيل الهياكل السياحية ، إذ تشهد الولاية في الفترة الأخيرة حركية في تسجيل المشاريع بهدف الرفع من قدرات الاستقبال من خلال تشييد الاستثمارات السياحية حيث تشير آخر الأرقام إلى وجود أكثر من ثلاثة و خمسون مشروع سياحي قيد الإنشاء على مستوى الولاية في إطار تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلا أن وضعية هذه المشاريع و الوقت المستغرق في تجسيدها جعل من عملية الاستثمار السياحي تواجه تحديات كبرى متعلقة أساسا بالدراسات المتعلقة بها و جدواها الاقتصادية، لذلك يتعين التصديق بأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع في دعم مشاريع القطاع السياحي و الرفع من كفاءة إنجازها، سواء عند تقييم الاستثمار على مستوى الدولة من خلال اجراء تقييم للربحية الاجتماعية، أو على مستوى المستثمرين الخواص باعتبار أهدافهم تنصب على تقييم الربحية التجارية.

وعلى ضوء ما سبق سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار ضمن إطار دراسات الجدوى في دعم

مشاريع المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل؟

و يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية نوردها في ما يلي:

- ما مدى مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.
- ما مدى الالتزام بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل من أجل تقييم ربحيتها التجارية و الاجتماعية.

- ما مدى التزام المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بتقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية.
- ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى للمتغيرات الشخصية.

2 - فرضيات الدراسة:

لتقديم الإجابات المسبقة عن الأسئلة المطروحة تم الانطلاق من الفرضيات التالية والتي تبقى قابلة للفحص والتمحيص:

- الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يوجد مستوى مرتفع من الإقبال و الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

و تنبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

* لا يوجد إدراك مرتفع بأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

* لا يوجد التزام مرتفع نحو القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

* لا يوجد إلمام مرتفع بمعوقات إعداد و استخدام دراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

- الفرضية الرئيسية الثانية:

لا يوجد التزام مرتفع بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل من أجل تقييم ربحيتها التجارية و الاجتماعية.

و تنبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

* لا يوجد التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية للمشاريع السياحية، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.

* لا يوجد التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى الفنية للمشاريع السياحية، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.

* لا يوجد التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى القانونية للمشاريع السياحية، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.

* لا يوجد التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى المالية للمشاريع السياحية، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.

- الفرضية الرئيسية الثالثة:

لا يوجد التزام بدرجة مرتفعة لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بتقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية

و تبتق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

* لا يوجد اعتماد بدرجة مرتفعة على المعايير العلمية في تقييم الربحية التجارية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

* لا توجد اشتراطات ملزمة من قبل الجهات الحكومية في الدولة على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل تقضي بضرورة إبراز المساهمة المرتفعة لمشروعاتها في تحقيق الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية للمجتمع .

- الفرضية الرئيسية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى

للمتغيرات الشخصية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

و تبتق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى

لاختلاف الجنس عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف العمر عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف المؤهل العلمي عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف طبيعة التخصص عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف طبيعة المنصب في المشروع عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف سنوات الخبرة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

* لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الخبرة في الاستثمار في مجالات أخرى عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$

3- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة في إطارها العام إلى تبيان مساهمة دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في دعم مشاريع القطاع السياحي بشكل عام و مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل بشكل خاص، و ذلك للوقوف على أهمية الاعتماد على هذه الدراسات في الرفع من كفاءة اعتماد و إنجاز المشاريع السياحية، لما لذلك من أهمية في إحداث التنمية السياحية و المساهمة من خلالها في التنمية الاقتصادية، و يمكن تقسيم الهدف الأساسي لهذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف الثانوية التي نأمل الوصول إليها من خلال بحثنا هذا و المتمثلة أساسا في:

- إبراز دور الاستثمار السياحي و تنمية قطاع السياحة في التنوع الاقتصادي و في دفع برامج التنمية الاقتصادية لتحقيق تنمية مستدامة وبالتالي خلق مناصب عمل.
- تسليط الضوء على الاستراتيجية الوطنية للنهوض بالقطاع السياحي و تطويره، أو ما يعرف بالخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2030، و مدى التقدم في مراحل إنجازه.
- التعرف على المبادئ التي تقوم عليها دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية، وكذا مراحلها التفصيلية.
- إعطاء تصور عام لتقييم المشاريع السياحية من وجهتي نظر مختلفتين، من جهة الدولة التي تهدف إلى تقييم مدى مساهمة هذه المشروعات في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع ومن ثم مدى مساهمتها في تحقيق الرفاهة الاقتصادية للمجتمع، ومن جهة المستثمرين الخواص باعتبار اهتمامهم ينصرف إلى تقييم المنافع والتكاليف الخاصة.
- المساهمة في زيادة الوعي لدى القائمين على المشاريع السياحية بأهمية إجراء دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية.
- تحديد درجة التزام المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية لمشاريعهم.
- الاستفادة من نتائج الدراسة في تقديم بعض المقترحات و التوصيات التي يمكن أن تساعد في اعتماد و إنجاز المشاريع السياحية ذات الجدوى.

4- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من المكانة التي أصبح يتبوؤها قطاع السياحة في برامج التنمية دوليا و محليا، و كذا حساسيته الشديدة لمختلف المتغيرات و المؤثرات، التي تجعل من قرار الاستثمار في قطاع السياحة ينطوي على مخاطر عدة، الأمر الذي يستدعي إيلاء أهمية بالغة لدراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع الاستثمارية السياحية، و كذا تقييم ربحيتها التجارية هذا من وجهة نظر المستثمر الخاص، أما من وجهة نظر الدولة فتبرز أهمية تقييم الربحية الاجتماعية لهذه الاستثمارات السياحية كونها تتعلق أساسا بمناطق ذات خصوصية طبيعية، بيئية إيكولوجية، ثقافية و تاريخية، و ما يمكن أن يحققه الاستثمار فيها من منافع اقتصادية و اجتماعية.

أما من الناحية العملية فتبرز أهمية هذه الدراسة في النتائج التي يؤمل أن يتوصل إليها الباحث من خلال استقراء آراء المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل حول ادراكها لأهمية دراسات الجدوى للمشاريع السياحية وقيامها بتقييم الربحية التجارية و الاجتماعية، كونها ركيزة أساسية في ترشيد اتخاذ القرار الاستثماري و تأمين نجاح قيام هذه المشروعات، و مساهمتها بشكل مباشر و فعال في التنمية المحلية في ما يخص ولاية جيجل و الاستثمارات السياحية بها او قطاع السياحة بالجزائر ككل.

5- منهج الدراسة:

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل و التدقيق و تسليط الضوء على مكوناته، و بالتالي تتمكن من بلورة رؤية تساعد على تجاوز الإشكالية المطروحة و الإجابة على فرضياتها المتبناة و اقتراح حلول موضوعية و واقعية، اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره يعبر عن الظاهرة المدروسة تعبيرا كفيما و كميًا و يقرب الباحث من الواقع، و نعتقد كذلك أن هذا المنهج يساعدنا في توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالدراسة و تبيان أهميتها وتأثيراتها من جهة، كما يمكننا من تحليل الوثائق و المعلومات الخاصة بالجانب التطبيقي للدراسة من جهة ثانية.

6 - أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار الباحث لموضوع الدراسة إلى جملة من الأسباب نورد بعضها في ما يلي:

- إن أهمية رهان التنويع الاقتصادي الذي ينشده الاقتصاد الجزائري، يجعل من موضوع الاستثمارات السياحية و جدواها الاقتصادية و قيمتها التجارية و عوائدها الاجتماعية موضوعا ذا أهمية قصوى، خصوصا في ظل الإمكانيات السياحية التي تزخر بها الجزائر في عديد المجالات.

- إن رصد السلطات المختصة لبرنامج طموح للنهوض بالقطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و ما يصبو إليه من رفع القدرات في مرافق الاستقبال و نوعيتها على مراحل، و ما تحقق من أرقام في الواقع نتيجة تطبيقه في مراحله الأولى، خاصة الشواهد على الفشل الكبير في تحقيق الأرقام المستهدفة، يجعل من هذا الموضوع جديرا بالدراسة لتجنب هدر الموارد و فشل المشاريع المقترحة.

- الرغبة في المساهمة في إيجاد الحلول العلمية و العملية الناجعة لمعضلة الاستثمار السياحي في الجزائر.

- قلّة الدراسات التي عالجت موضوع تقييم الاستثمارات في مجال السياحة ودراسة جدواها، ومدى مساهمة هذه الأخيرة في تعظيم العوائد و المنافع على المستويين الفردي و الاجتماعي.

- الأهمية المتزايدة لموضوع تقييم المشروعات الاستثمارية على المستوى العلمي في المعاهد و الجامعات و على المستوى العملي في الشركات والبنوك ومكاتب الدراسات.

انطلاقاً من هذه الاعتبارات و غيرها، تولدت لدى الباحث الرغبة في دراسة جوانب هذا الموضوع، و التدقيق في مكوناته، و معرفة السياسات المنتهجة فيه، و تقييم مدى فعاليتها و نجاعتها، و ماهي السبل التي تضمن الارتقاء بالاستثمارات السياحية و نجاحها من خلال تعظيم منافعها التجارية و الاجتماعية.

7- الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على مختلف الأدبيات التي لها علاقة بموضوع البحث، تم الوقوف على الدراسات التالية:

* دراسة الويزة قويدر، 2010، بعنوان: "اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010، تلقي هذه الدراسة الضوء على الأهمية الاقتصادية للسياحة بالنسبة للدول السياحية وما تحقّقه لها من إيجابيات على عدة أصعدة، كما أنه و في ظل سياسة التنويع الاقتصادي و البحث عن ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات بات من الضروري تطوير قطاع السياحة في الجزائر حتى يحتل المكانة التي تليق بالموارد السياحية المتوفرة و يأخذ حصته من السوق السياحية الدولية لا سيما في ظل تطور المكانة التنموية للقطاع السياحي دولياً، وتوصلت الدراسة إلى أن القطاع السياحي في الجزائر مازال يعاني في نطاق دائرة المنشآت الفندقية و قدرات الاستقبال و نوعيتها، و التي رغم أهميتها فهي تعبر عن النظرة الضيقة تجاه اقتصاد السياحة، إذ أنه أوسع من ذلك وأكثر تنوعاً، فهو يشمل الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية و البيئية للنشاط السياحي.

* دراسة رائد إبراهيم سعد، 2010، بعنوان " أهمية ومدى استخدام أساليب التدفقات النقدية المخصومة في تقييم الاستثمارات الرأسمالية - دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة الفلسطينية المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية"، هدفت هذه الدراسة إلى التعريف على أهمية ومدى استخدام أساليب التدفقات النقدية المخصومة في تقييم الاستثمارات الرأسمالية لدى الشركات المساهمة العامة الفلسطينية المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، اشتملت الدراسة على جميع الشركات المساهمة العامة الفلسطينية المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، و البالغ عددها 35 شركة حتى تاريخ 31-03-2008 اعتمدت الباحث على أداة الاستبانة لجمع المعلومات حيث تم توزيع 35 استبانة على المدراء الماليين لدى تلك الشركات واستردت بالكامل، اعتمدت الدراسة على المنهج

الوصفي المسحي. أظهرت النتائج أيضا أن متخذي القرارات الاستثمارية عادة ما يفضلون استخدام كل من أسلوب فترة الاسترداد 88.6% من شركات العينة وأسلوب معدل العائد المحاسبي 82.9% من إجمالي الشركات، ويأتي أسلوب مؤشر الربحية في المرتبة الثالثة بنسبة 57.1% من إجمالي الشركات، كما جاءت نسبة استخدام أساليب التدفقات النقدية المخصومة ضعيفة إذ بلغت نسبة الشركات التي تستخدم أسلوب القيمة الحالية الصافية ومعدل العائد الداخلي 34.3%، 25.7% على التوالي، في حين 51.4% من إجمالي الشركات يعتمد على التقدير الشخصي للإدارة في قياس مخاطر الاستثمار، و 34.3% من إجمالي الشركات يعتمد على أسلوب تحليل الحساسية في قياس المخاطر، وما يلاحظ أن غالبية الشركات تتجاهل جميع الأساليب العلمية الأكثر دقة وموضوعية الممكن استخدامها في قياس تلك المخاطر.

* دراسة صليحة عشي، 2011، بعنوان "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب"، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح أهمية ودور قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في دول الدراسة، وإظهار الفرق بين وضعية هذا القطاع في كل من الجزائر، تونس والمغرب من خلال المقارنة بينها من حيث مساهمة التنمية السياحية في تحسين المؤشرات التنموية في البلدان الثلاثة، إلى جانب حصر المعوقات التي تحول دون تطوير هذا القطاع، و توصلت الدراسة إلى أن قطاع السياحة يعتبر عاملا من عوامل التطور الاقتصادي ونشاطا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، كما أن تطويره وتنميته يتطلب أن يكون ضمن استراتيجية التنمية المستدامة الشاملة لكافة القطاعات الاقتصادية، فالقطاع السياحي يؤثر لا محالة وبشكل ايجابي على مستقبل التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان السياحية، و الشيء المميز هو النتائج المتواضعة التي سجلتها الجزائر على مستوى مؤشر القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي، وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين حيث كانت نسبة هذا المؤشر في الجزائر 5.11% و هي دون المتوسط العالمي، و أقل بكثير من نظيره المحقق عند الجارتين تونس والمغرب، حيث فاقت النتائج المحققة في كل من هذين البلدين المتوسط العالمي في هذا المجال بنسبة 12.5% .

* دراسة عز الدين محمدي، 2012، بعنوان: "أهمية القطاع السياحي في تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية حالة الجزائر"، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على اهتمام السلطات بالقطاع السياحي من خلال سن قوانين ومشاريع قوية للنهوض بالقطاع ومختلف برامج العمل المعتمدة في ذلك من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة من خلال تسخير كل الامكانيات المحلية والاستعانة بتجارب

وخبرات دولية متخصصة، حيث توصلت الدراسة إلى أن السياسة السياحية في الجزائر تميّزت منذ الاستقلال ومن خلال البرامج المرصودة بازدواجية الخطاب السياسي والاقتصادي، ولم تولّ الدولة دورا مهما للقطاع ضمن مختلف سياساتها التنموية خلافا للبلدان المجاورة، كما أنه لم يتمكّن أي مخطط من المخططات التنموية تحقيق كل الانجازات المبرمجة فيه مما يُبقي جزءا كبيرا من برنامجه عبئا على المخطط الذي يليه.

* دراسة عبد القادر عوينات، 2013، بعنوان: " السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000، 2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025"، هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع السياحة الجزائرية وموقعها من السياحة الدولية بصفة عامة والسياحة العربية بصفة خاصة، إلى جانب تسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف أمام النهوض بها وتطويرها من خلال تسليط الضوء كذلك على مدى نجاعة الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية وتحليل الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. و من جملة النتائج التي توصلت إليها عرض نموذج إحصائي يقيس العلاقة بين النمو الاقتصادي والسياحة في الجزائر خلال الفترة 1995-2014.

* دراسة نورية فلح الجبوري، 2013، بعنوان: أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية (دراسة ميدانية للفنادق الأردنية في مدينة عمان)، هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية، حيث أظهرت النتائج أن 100% من افراد العينة أكدوا على أهميتها في اتخاذ العديد من القرارات السليمة ، وأن 95% من العينة قالوا بأنهم اعتمدوا على دراسة الجدوى في اتخاذ قرار إنشاء المشروع ، وأن 95% قالوا بأهمية دور دراسة الجدوى في المحافظة على مكانة المشروع وبقائه في السوق ، و 90% من افراد العينة أكدوا على ان دراسة الجدوى الاقتصادية ساعدت في اختصار الكثير من الزمن للوصول الى تحقيق الأهداف الاساسية للمشروع ، وأن 75% من العينة يؤكّدون على دور الدراسة في تصحيح مسارات العمل وتقليل المخاطر والابتعاد عن الخسارة وكذلك تقليل التكاليف . وبذلك نجد بأن لدراسة الجدوى دور هام جداً في قيام المشاريع الفندقية وبقائها واستمراريتها و استشراف المستقبل وتقليل مخاطره بحيث تعطي قرارات أقرب الى الصحة وتضع صاحب المشروع أو المستثمر بالاتجاه الصحيح.

* دراسة باديس بوغرة، 2017، بعنوان: تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمارات في قطاع الرياضة-دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الرياضية الجزائرية التي تنشط بالرابطة المحترفة لكرة القدم-، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق دراسات الجدوى و تقييم ربحية المشروعات الرياضية من وجهة نظر المؤسسات الرياضية التي تنشط في الرابطة المحترفة، و من وجهة نظر الدولة ممثلة بالجهات المختصة بتقييم المشروعات الرياضية و منح تراخيص تنفيذها، و توصلت الدراسة إلى محدودية اعتماد المؤسسات الرياضية محل الدراسة على دراسات الجدوى من أجل تقييم الربحية التجارية للمشروعات الرياضية، مع أن السلطات المختصة تهتم بالاطلاع على نتائج هذه الدراسات من أجل تقديم تراخيص تنفيذ المشروعات الاستثمارية الرياضية، و ذلك بعد إعادة دراسة هذه المشروعات وفق منظور الربحية الاجتماعية من خلال الاعتماد على جملة من المعايير التي تبقى محدودة في ظل قلة المكاتب المختصة بإعداد دراسات الجدوى بمضمونها العلمي السليم.

* دراسة آمال حابس، 2018، بعنوان: تقييم الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1995-2015، كان الهدف من هذه الدراسة دراسة وضعية الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال فترة الدراسة والعراقيل التي تحول دونها، بالإضافة إلى إبراز أثر الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 2015 على التنمية الاقتصادية، في ظل محاولة الدولة الرفع من أثر الاستثمارات السياحية عن طريق والاستراتيجيات المحددة لتحقيق ذلك، و أقرت الدراسة في الأخير أن الجزائر لم تتمكن من تحقيق الأهداف المرجوة في المرحلة الأولى من المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، سواء ما تعلق منها بالتشغيل، الرفع من قدرات الاستقبال، مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، الإيرادات السياحية المتوقعة...إلخ.

* دراسة صورية مساني، 2019، بعنوان: " الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014، دراسة قياسية، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الوضع السياحي للجزائر من خلال إبراز نقاط القوة والضعف، و تبيان أهمية القطاع السياحي في تنمية موارد الجزائر خارج قطاع المحروقات، من خلال نموذج قياسي لإبراز العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر خلال فترة الدراسة. والذي أقر بوجود علاقة تبادلية بين النمو الاقتصادي والسياحة، إلا أن الواقع يبين ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري و ضعف مساهمته في التنمية والنمو.

* دراسة نور الدين تمجفدين، 2019، دور و أهمية دراسات الجدوى في تقييم و تمويل مشروعات القطاع الخاص - دراسة حالة المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة دراسات الجدوى الاقتصادية في عملية تقييم و تمويل مشروعات القطاع الخاص و واقع الاهتمام بهذه الدراسات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تنشط في منطقة الجنوب الشرقي، من خلال دراسة أساليب تقييم المشروعات الاستثمارية بالاقتصاد الجزائري، بهدف التوصل إلى العناصر التي تدعم و ترفع من كفاءة عملية التقييم و من ثمة الاختيار السليم للمشروعات التي تعزز من التنمية الاقتصادية، و تم التوصل إلى أن هناك تفاوت و تباين في مستوى الإدراك بأهمية دراسات الجدوى بين القائمين على المشروعات، و لقد لعبت بعض العوامل المرتبطة بالخصائص الشخصية للمستثمر مثل (العمر و المستوى التعليمي و الخبرة في مجال النشاط و التكوين في مجالات إدارة و تسيير المشاريع) دورا في ارتفاع أو انخفاض مستوى الوعي و الإدراك بأهمية دراسات الجدوى، إلى جانب عوامل أخرى مرتبطة بخصائص المشروع مثل (الحجم، العمر، إطار إنشاء المشروع، مصدر التمويل) لعبت أيضا نفس الدور، كما توصلت الدراسة إلى وجود اختلاف في سلوك المستثمرين في هذه العينة على الأقل من حيث استخدام الطرق المنظمة في تقييم المشاريع. كما تبين وجود عدة معوقات أمام القيام بدراسة للمشروع أو استخدامها في اتخاذ القرار شكلت فيها مشاكل الحصول على المعلومات بالدقة و بالتنوع المطلوبة، إلى جانب ارتفاع تكاليف هذه الدراسة، و غياب الخبرة اللازمة للجهات المعدة لمثل هذه الدراسات، كل هذه اعتبرت من أبرز المعوقات، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بدراسات الجدوى و مستوى نجاح أو فشل المشروعات محل الدراسة من وجهة نظر القائمين عليها.

* دراسة إيمان جمال علي محمد بكير، 2020، بعنوان: " دور الجدوى التسويقية في نجاح المشروعات السياحية في المحافظات المصرية، و هدفت الدراسة إلى توضيح مدى أهمية القيام بدراسة الجدوى التسويقية للمشروع السياحي قبل البدء في تنفيذه لما تحققه الدراسة التسويقية من تقدير للطلب على المشروع، الذي يعد الأساس في رسم السياسة الترويجية و التسويقية لوصول المنتج السياحي للمستهلك، كما أن القيام بدراسة الجدوى الفنية لا يمكن أن يتم إلا بعد التأكد من وجود سوق أو طلب على المنتج الأمر الذي يساهم في نجاح المشروع و توفير الوقت و الجهد و التكلفة و تفادي الخسارة، حيث شملت الدراسة عينة مكونة من 80 مستثمر في مجال الفنادق، و 15 خبيرا سياحيا، و توصلت إلى ضرورة توضيح أهمية دراسة الجدوى التسويقية للمستثمرين، لأنها توفر قدرا هائلا من

المعلومات اللازمة لإعداد باقي الدراسات، كما أن المشروع السياحي إذا لم يضمن التسويق الصحيح فلا داعي لإقامته، و على السلطات المختصة عدم الموافقة على أي مشروع لم تثبت جدواه التسويقية.

8- التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي استطاع الباحث الوصول إليها يتضح أنها تتقاطع مع الدراسة الحالية في جوانب معينة و تختلف معها في جوانب أخرى، فهي تشترك في صلب موضوع الدراسة (الاستثمار في قطاع السياحة) و (تقييم المشاريع الاستثمارية و جدواها الاقتصادية)، في حين تختلف معها في طريقة معالجة الموضوع، فالبرغم من تعدد الدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع الاستثمار السياحي في الجزائر، إلى أنه هناك ندرة ملاحظة في الدراسات و الأبحاث التي عالجت موضوع دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية لمشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر، كما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في بيئة تطبيقها و مجتمع الدراسة، أين طبقت على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل، و يمكن اعتبارها من الدراسات الأولى التي ستسلط الضوء على دراسة مدى مساهمة تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في دعم مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل.

9- هيكل الدراسة:

لتحقيق الغاية المنشودة من هذا الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى أربع فصول:

الفصل الأول تناول الاستثمار في قطاع السياحة و مكائنه الاقتصادية من خلال تبيان المفاهيم الأساسية المرتبطة بالاستثمار السياحي و التنمية السياحية و الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية بصفتها لا تقل أهمية عن غيرها من القطاعات الأخرى ، كما تناولنا من خلال الفصل تطور المكانة التنموية للاستثمار في قطاع السياحة بناء على الأرقام التصاعدية المحققة سواء في حجم الطلب السياحي، التشغيل، الإيرادات السياحية، و المساهمة في الناتج المحلي، لنعرج في الأخير على البرامج المرصودة لتطوير و تفعيل الاستثمار في قطاع السياحة بالجزائر و المعوقات التي تصادفها، مع اشارة عامة إلى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و آفاق تنمية القطاع السياحي.

في الفصل الثاني تطرقنا إلى الإطار العام الذي تندرج فيه دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية، حيث تطرقنا فيه إلى المفاهيم المتعلقة بدراسات الجدوى الاقتصادية وأيضا الأسس المعتمدة في القيام

بهذه الدراسات، مع اشارة عامة إلى أهمية دراسات الجدوى في ترشيد القرارات الاستثمارية، خاصة في المشروعات المرتبطة بالسياحة، كما تناولنا بالدراسة و التحليل المراحل المختلفة لدراسات الجدوى التفصيلية للمشروعات السياحية ممثلة في الدراسة التسويقية، الدراسة الفنية، الدراسة المالية، الدراسة القانونية، مع التأكيد على بعض الجوانب المهمة الواجب تبنيتها لإرساء دراسات جدوى متينة للاستثمار السياحي خصوصا ما تعلق منها بالتأثيرات البيئية، ودور الدولة في تشجيع الاستثمار السياحي.

أما الفصل الثالث فعالجنا فيه موضوع تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في المشاريع السياحية، حيث تطرقنا إلى الإطار العام الذي يندرج فيه تقييم المشاريع وأيضا الأسس و المعايير المعتمدة في القيام بعملية تقييم المشروعات بشقيها المالي و الاقتصادي، وتناولنا كذلك أهم معايير التقييم المعتمدة في تقييم الربحية التجارية من وجهة نظر المستثمر الخاص، أما من وجهة نظر الدولة فقد تطرقنا إلى الإطار العام الذي تدرج فيه دراسات الجدوى الاجتماعية، و الأسس المعتمدة في تقييم الربحية الاجتماعية، من خلال أهم المعايير المعتمدة في التقييم والتي منها معيار القيمة المضافة والعمالة والعملة الأجنبية. مع الإشارة إلى ضرورة تدعيم المنظومة القانونية و التشريعية كنوع من الحوافز الضرورية و التسهيلات للمستثمرين في قطاع السياحة.

في آخر الفصول تناولنا دراسة تطبيقية لمشروعات سياحية قائمة في إطار الاستثمار السياحي، بولاية جيجل، من خلال ابراز المقومات السياحية لهذه الولاية و الحوافز المرصودة لتشجيع الاستثمار السياحي بها و خطة التهيئة السياحية المعدة لهذا الغرض و المشاريع المبرمجة في إطارها و ما تشهده من عراقيل ، ودراسة مدى التأكد من جدواها الاقتصادية و الاجتماعية من خلال استبيان وزع على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل.

في آخر الدراسة أدرج الباحث خاتمة لخص فيها أهم النتائج التي توصل إليها في الجانب النظري و التطبيقي، كما قدم مجموعة من الاقتراحات و التوصيات و آفاق الدراسة.



الفصل الأول

الاستثمار في قطاع السياحة

ومكانته الاقتصادية

تمهيد:

تعد السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية و ديناميكية في اقتصاديات العالم، لدورها الكبير في اقتصاديات الدول حيث أصبحت تحتل مكانا مرموقا و تحوز اهتماما عاليا في عديد الدول التي جعلت من تطوير وتنمية القطاع السياحي عاملا أساسيا في معادلة التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، بما يذره من إيرادات مالية كبيرة على العموم ومصدرا هاما للعملة الصعبة على الخصوص، بالإضافة إلى خلق فرص العمل المباشرة في مختلف الأنشطة السياحية، وفرص عمل غير المباشرة داخل القطاعات الأخرى كقطاع الصناعة، والزراعة، و الخدمات مما يساهم في زيادة الدخل الوطني و يؤدي إلى تنشيط الاستثمار وتطوير وتنمية المناطق و الأقاليم السياحية.

و تطوير القطاع السياحي يستوجب وضع خطط واستراتيجيات على المدى المتوسط والطويل، من أجل تهمين الموارد السياحية والاستفادة منها في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، ولهذا تعمل الدول على وضع استراتيجيات سياحية خاصة بها قصد تطوير وتنمية القطاع السياحي، وسنستعرض هنا الاستراتيجية السياحية الخاصة بالجزائر بعد أن نعرض على المفاهيم المتعلقة بالاستثمار السياحي و التنمية السياحية و دورهما في التنمية الاقتصادية.

المبحث الأول: الاستثمار السياحي - مفاهيم أساسية -

يندرج الاستثمار السياحي ضمن أولويات برامج التنمية للسلطات العمومية، حيث أن هذا الأخير يعد من القضايا الجوهرية التي يسعى مسؤولو المؤسسات إلى الاهتمام بها و دراستها من أجل نجاحها. و فيما يلي نتطرق بداية إلى مختلف المفاهيم المحيطة بالاستثمار عامة و الاستثمار في التشريع الجزائري خاصة، وصولاً إلى الاستثمار السياحي، مجالاته، العوامل المؤثرة فيه و علاقته بالتنمية السياحية.

المطلب الأول: ماهية الاستثمار

يعتبر الاستثمار ظاهرة لطالما شكلت محورا من محاور الاهتمام لدى العديد من المفكرين والمدارس الاقتصادية المختلفة، حيث يعتبر المحرك الرئيسي لاقتصاد أي بلد ذلك أنه يمتص الأموال المدخرة ويوجهها للنشاط الاقتصادي من اجل تلبية احتياجات الأفراد المختلفة فهو يستمد أصوله كمفهوم من علم الاقتصاد، و هو على صلة وثيقة بمجموعة أخرى من المفاهيم الاقتصادية.

أولاً - تعريف الاستثمار:

تعددت التعريفات المقدمة للاستثمار بشكل عام بين المدلول اللغوي و المدلول الاصطلاحي، و بالرغم من ذلك فهي تشترك بالعديد من الصفات و المظاهر الدالة لمفهوم الاستثمار:

- فلا استثمار في اللغة من مصدر الفعل استثمر، يستثمر، وهو الدال على الطلب، بمعنى طلب الاستثمار، و أصله من الثمر وله معان مختلفة منها ما يحمله الشجر وما ينتجه، ومنها الولد حيث يُقال: الولد ثمرة القلب، ومنها أنواع المال، و يقال ثمر الله مالك أي كثره.¹

- و الاستثمار اصطلاحاً هو: "استخدام الأموال في الانتاج إما مباشرة بشراء المكائن و الآلات و المواد الأولية، و إما بطريقة غير مباشرة كسواء الأسهم و السندات"²

- كما يعرف الاستثمار من الناحية القانونية على أنه: "استخدام رأس المال في إحدى مجالات التنمية الاقتصادية بهدف تحقيق عائد في إقليم دولة معينة، أو تحويله إليها لنفس الغرض وفقاً لأحكام هذه الاتفاقية."³

¹ يعرب محمود ابراهيم الجبوري، "دور المصارف الاسلامية في التمويل و الاستثمار"، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2014، ص50.

² قاسم نايف علوان، "إدارة الاستثمار بين النظرية و التطبيق"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص31

³ عبد الله عبد الكريم عبد الله، "ضمانات الاستثمار في الدول العربية"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص 19

- أما الاستثمار في المعنى الاقتصادي فهو عبارة عن: "توظيف الأموال في مشاريع اقتصادية و اجتماعية و ثقافية، بهدف تحقيق تراكم رأسمال جديد، و رفع القدرة الانتاجية أو تجديد و تعويض الرأسمال القديم"¹.

و في هذا الإطار يعرفه "سامويلسون" "SAMUELSON" بأنه: المكون الثاني للإنفاق الخاص، حيث يرى أن كلمة استثمار لها مدلولين، الأول هو الإضافات التي تطرأ على أسهم الأصول الإنتاجية أو السلع الرأسمالية، أما المدلول الثاني فهو يشير إلى الاستثمار الخاص الذي يقوم به الأفراد كسواء قطعة أرض أو أسهم أو سندات، إذ يعرف هذه المشتريات على أنها صفقات أو إستثمارات رأسمالية.² و هو هنا يشير إلى المعنى الواسع للإستثمار الذي يشمل كلا من الإستثمار الحقيقي و الإستثمار المالي، إلا أن هذا الأخير لا يعتبر استثمارا بالمفهوم الإقتصادي لأنه لا يؤدي إلى خلق رأس مال حقيقي إلا أنه يسهم في تمويل الأنشطة العينية المختلفة.³

فالإستثمار وفق المفهوم الإقتصادي هو التخلي عن رأس مال معيّن لفترة زمنية معينة من أجل بناء أصول مادية وزيادة التكوين الرأسمالي،⁴ بمعنى: "إنفاق الأموال أو الموارد الأخرى التي تؤدي إلى التدفق المستمر للأرباح في المستقبل."⁵

ثانيا- أهداف الاستثمار: هناك جملة من الأهداف يراد تحقيقها من وراء مشاريع الاستثمار أهمها⁶:

- تحقيق العائد أو الربح: مهما يكن نوع الاستثمار من الصعب أن نجد فردا يوظف أمواله دون أن يكون هدفه تحقيق العائد أو الربح.
- تكوين الثروة و تنميتها: من خلال تضحية الفرد في الاستهلاك الجاري على أمل تكوين الثروة في المستقبل و تنمية هذه الثروة.
- تأمين الحاجات المتوقعة و توفير السيولة لمواجهة تلك الحاجات، و بذلك فإن المستثمر يسعى وراء تحقيق الدخل المستقبلي.
- المحافظة على قيمة الموجودات: حيث يسعى المستثمر إلى التنويع في مجالات استثماره حتى لا تنخفض قيمة موجوداته (ثروته) مع مرور الزمن بحكم عوامل ارتفاع الأسعار و تقلبها.

ثالثا- أهمية الاستثمار: تشير الدراسات إلى الأهمية البالغة للاستثمار في تعزيز البقاء وتحقيق الاستقرار والتطور و التي تظهر جليا في:

¹ Pierre Cosno, Farouk Hemici, *Gestion financière de l'entreprise*, Dunod , paris, 1999, p377.

² Paul A.Samulson, *les désisions financières de l'entreprise*, Bordas, Paris,1991, p57.

³ ناظم محمد نوري الشمري و آخرون، أساسيات الإستثمار العيني و المالي، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص26

⁴ Jacky Kochl, « *Les choix d'investissement* », Dunod, Paris, 2003, p11.

⁵ F.X-Simon, M.Trabelsi, « *Préparer et défendre un projet d'investissement* », Dunod, Paris,2005,p11.

⁶ طاهر حيدر حردان، "أساسيات الاستثمار"، ط1، دار المستقبل للنشر و التوزيع، 2009، ص13

- زيادة الانتاج و الانتاجية مما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي و ارتفاع متوسط نصيب الفرد منه و بالتالي تحسين مستوى معيشة المواطنين.
- توفير الخدمات للمواطنين و للمستثمرين.
- توفير فرص العمل و تقليل نسبة البطالة.
- زيادة معدلات التكوين الرأسمالي.
- توفير التخصصات المختلفة من الفنيين و الاداريين و العمالة الماهرة.
- انتاج السلع و الخدمات التي تشبع حاجات المواطنين و تصدير الفائض منها للخارج مما يوفر العملات الأجنبية اللازمة لشراء الآلات و المعدات و زيادة التكوين الرأسمالي¹
- يعد الاستثمار أداة أساسية في يد الدولة تستعملها في إطار رسم وتنفيذ السياسات الاقتصادية الكلية، كما يعد أيضا أداة أيضا في يد المسير يستعملها في إطار رسم وتنفيذ سياسته الاقتصادية الجزئية.
- يساهم الاستثمار في الرفع من الإيرادات الجبائية الموجهة إلى تمويل النفقات أو تمويل التنمية بصفة عامة.

- يعمل الاستثمار وإعادة الاستثمار على تكوين الناتج الداخلي الخام والرفع منه.²

رابعا- الإستثمار من خلال قانون الاستثمار في الجزائر:

يُعرّف الاستثمار من الناحية القانونية وحسب التشريع الجزائري في المادة الثانية من قانون ترقية الاستثمار رقم 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 على أنه: "اقتناء أصول تندرج في إطار استحداث نشاطات جديدة، وتوسيع قدرات الانتاج و/أو إعادة التأهيل، و المساهمات في رأسمال شركة"³، حيث تُنجز الاستثمارات في ظل احترام القوانين و التنظيمات المعمول بها، لا سيما تلك المتعلقة بحماية البيئة، و بالنشاطات و المهن المقننة، و بصفة عامة بممارسة النشاطات الاقتصادية. كما تخضع الاستثمارات قبل انجازها، من أجل الاستفادة من المزايا المقررة في إطار قانوني، للتسجيل لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار⁴.

* **الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:** أنشأت هذه الوكالة بموجب أحكام المادة 6 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 أوت 2001، و هي عبارة عن:

¹ ماجد أحمد عطا الله، "إدارة الاستثمار"، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص13.

² محي الدين يعقوب أبو الهول، "تقييم أعمال البنوك الاسلامية الاستثمارية-دراسة تحليلية مقارنة-"، ط 1، دار النفائس للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص75.

³ المادة 2، القانون رقم 16-09 المتعلق بترقية الاستثمار المؤرخ في 3 أوت 2016، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد46، ص.18.

⁴ المرجع السابق، المادة 4، ص.18.

"مؤسسة عمومية إدارية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي"، تُكلف بالتنسيق مع الإدارات و الهيئات المعنية بما يأتي¹:

- تسجيل الاستثمارات، و ترقيتها في الجزائر و الترويج لها في الخارج.
- ترقية الفرص و الامكانيات الإقليمية.
- تسهيل ممارسة الأعمال و متابعة تأسيس الشركات و إنجاز المشاريع.
- دعم المستثمرين و مساعدتهم و مرافقتهم.
- الإعلام و التحسيس في مواقع الأعمال.
- تأهيل المشاريع و تقييمها و إعداد اتفاقية الاستثمار التي تعرض على المجلس الوطني للاستثمار للموافقة عليها.
- المساهمة في تسيير نفقات دعم الاستثمار، طبقا للتشريع المعمول به.
- * مراكز الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: و هي عبارة عن أربعة مراكز تنشأ لدى الوكالة، تضم مجموع المصالح المؤهلة لتقديم الخدمات الضرورية لإنشاء المؤسسات و دعمها و تطويرها، و كذا لإنجاز المشاريع، و تتمثل هذه المراكز في:
- مركز تسيير المزايا: يكلف بتسيير المزايا و التحفيزات المختلفة الموضوعة لفائدة الاستثمارات بواسطة التشريع الساري المفعول باستثناء تلك الموكلة للوكالة.
- مركز استيفاء الإجراءات: و يكلف بتقديم الخدمات المرتبطة بإجراءات إنشاء المؤسسات و إنجاز المشاريع.
- مركز الدعم لإنشاء المؤسسات: و يكلف بمساعدة و دعم إنشاء و تطوير المؤسسات.
- مركز الترقية الإقليمية: و يكلف بضمان ترقية الفرص و الإمكانيات المحلية.

المطلب الثاني: مفهوم الاستثمار السياحي

إن الإستثمار الذي حظي بأهمية فائقة من كل المدارس و المذاهب الإقتصادية هو العملية الرئيسية التي لولاها لا تأخذ كل مفردات الحياة بالتطور و التنمية. لذلك فإن مقومات العرض السياحي من مكونات تاريخية و طبيعية و بشرية لأي بلد لا معنى لها إلا بوجود أداة فعالة و هي الإستثمار السياحي، الذي يعني استغلال الموارد السياحية النادرة بشكل أمثل و بأقل تكلفة في إطار ما يعرف بصناعة السياحة.

إذ أن تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة جعل الكثير من الدول تسعى إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي لمزاياه الإيجابية المتعددة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية وقد أصبحت

¹ المرجع السابق، المادة 26، ص22.

صناعة السياحة ذات اثر فاعل في دعم الاقتصاد العالمي وتنشيط حركة الاستثمار و عليه سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى تعريف الاستثمار السياحي و ارتباط مفهوم الاستثمار فيه بمفهوم السياحة باعتبارها صناعة بالإضافة إلى ذكر أهم خصائصه وأهدافه ومحدداته:

أولاً - ارتباط الاستثمار بمفهوم السياحة باعتبارها صناعة أو سلعة:

لا يمكن الحديث عن الاستثمار الموجه للقطاع السياحي دون التطرق لنظرية السياحة التي تناو لها بالشرح الألماني هانس مانيوس أنسبارغ (Hans Magnus Enzesberger) الذي وضع ثلاثة شروط أساسية لكي تتحول السياحة إلى صناعة و سلعة قابلة للتسويق في سوق السلع و الخدمات، تتمثل هذه الشروط في¹:

* التقييس (normalisation) : و يعني رسم الأشياء و تحديدها تلك الجديدة بالمشاهدة و الزيارة توضع في مطبوعة أو دليل سياحي، و ترتيب الأشياء حسب درجة أهميتها يعتبر ذو تأثير حاسم على اختيار السائح.

* التجهيز (équipement) : و يتمثل في تهيئة المواقع و منشآت الاستقبال (فنادق، مطاعم،...) و ضمان راحة و أمن الأسفار و مختلف الزيارات و تسهيل الوصول إلى الأماكن السياحية (بناء الطرق السريعة الخاصة بالعتل، مضاعفة القطارات وقت العطل...).

* الإنتاج أو الصناعة بالتسلسل (production en série) : و يعني به أن السائح له الاختيار بين صيغ كثيرة للسفر تجهز بالطريقة نفسها التي يختار بها منتجاته و سلعه في السوق الحديث، فالسائح يلتقي بمجموع السياح الذين اختاروا الحافلة نفسها و المكان نفسه للزيارة و فندق الإيواء ذاته للإيواء.

فالسياحة هي صناعة في المقام الأول، و بالرغم من أن الطبيعة منذ أن خلقها الله استرعت انتباه البشر لها و التمتع بمناظرها الخلابة (بحيرات، شلالات، جبال، صحاري...)، إلا أن الواقع الملموس يشير إلى أن السياحة صناعة و اهتمام من بني البشر بتلك المعطيات الطبيعية و تهيئتها و ما حولها لما تحتاجه من خدمات و لمسات أخرى ليكتمل التمتع بها و بمناظرها، و إن معظم المواقع السياحية في عالم اليوم تدخل فيها النشاط الإنساني تعديلا و صناعة، لوجود علاقة إيجابية بين السياحة و الإقتصاد. حتى أصبحت السياحة من الروافد الأساسية لاقتصاديات الدول و مصدرا هاما من مصادر الثروة و النقد الأجنبي اللازم لإقامة مختلف الاستثمارات و يمكن اعتبارها صناعة ثقيلة للخدمات مستوفية لكل مقوماتها، فككل صناعة فهي تقوم على عناصر الإنتاج الخمسة الضرورية و هي: المادة الخام، رأس المال، العمل، التنظيم، التكنولوجيا.

¹Michel DE COSTER, François PICHAULT, *Le loisir en 4 dimensions (de la critique des théories à la formation d'une sociologie)*, éditions labo, Bruxelles, 1985, p117.

ثانيا- تعريف الاستثمار السياحي:

يعرف الإستثمار السياحي بأنه: " ذلك الجزء من القابلية الانتاجية الآنية الموجهة إلى تكوين رأس المال السياحي المادي و البشري، بغية زيادة طاقة البلد السياحية، مثل الفنادق و المدن السياحية و الجامعات و المعاهد السياحية، و البنى الارتكازية التي تدعم السياحة"¹. فهو بهذا المعنى يمثل القدرة الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي و إعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة، و زيادة تحسين طاقاته الإنتاجية و التشغيلية و تقديم أفضل الخدمات في المجالات المختلفة لهذا النشاط.

فالإستثمار السياحي هو استثمار مادي مباشر يتمثل في إقامة منشآت سياحية وظيفتها الأساسية تقديم خدمات للسائحين، و ذلك في إطار القوانين و التشريعات السياحية مقابل أجر محدد. و هو بذلك نشاط يسهم في دفع عجلة تطوير المجتمع و جذب رؤوس الأموال و تحريكها بما يعزز الإقتصاد. كما يعرف أيضا على أنه: " ذلك النشاط الذي ينتج عنه قيمة مضافة في مجال السياحة و يمكن أن يكون هذا الاستثمار مباشر في القطاع السياحي كبناء الفنادق و مدن سياحية و ممكن أن يكون غير مباشر كتشييد طرق و بناء مطارات"².

إذ يرى "آشي" "Ashe" بأنه الإستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة و هي متعددة و متنوعة و تشمل الإستثمار في المقومات و الإمكانيات الرئيسية لصناعة السياحة³ و التي يمكن إجمالها في محورين:

- * الإستثمار في التجهيزات و التسهيلات السياحية: التي تعرف اصطلاحا بالاستثمار في مجال الخدمات السياحية و تشمل العديد من القطاعات و الخدمات الأساسية للنشاط السياحي:
- خدمات الاقامة و الإعاشة و التسهيلات الترفيهية: و تشمل الفنادق و المنتجات السياحية و كل ما يتعلق بإقامة السائح من خدمات مرافقة كالإطعام و الخدمات الترفيهية الأخرى.
 - خدمات النقل: و تشمل تشييد الطرق و توفير سيارات النقل للسياح و كذلك بناء المطارات و توفير خطوط النقل بين بلاد السائح و الدولة المضيفة.

¹ إسماعيل الدباغ، الهام خضير شير، "مدخل متكامل في الاستثمار السياحي و التمويل"، ط1، دار اثراء للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص134

² رشيد سعيداني، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد بشار، المجلد الثالث، العدد الثاني، جوان 2017، ص26.

³ John, W Ashe, **Tourism investment as a tool for development and poverty reduction**, New York, September 2005, P3,4.lien
https://www.researchgate.net/publication/342284117_Tourism_and_Poverty_Reduction_Issues_for_Small_Island_States.

- خدمات الاتصالات: و تشمل توفير شبكة الهاتف النقال خاصة في المناطق الصحراوية التي يزورها السياح و كذلك توفير خدمات الأنترنت بتدفق جيد و هذا من أجل توفير كل الظروف لمتعة السائح.

* **الاستثمار في مجال الثروة السياحية:** و يتمركز الإستثمار في هذا المجال بصورة أساسية في مواقع الجذب الساحي و موارده التي تمتلكها الدولة و المتمثلة في:

- الاستثمار في الموارد الطبيعية: و ذلك بالاهتمام بالموارد الطبيعية للدولة المضيفة و المحافظة عليها.

- الاستثمار في الموارد الثقافية: و ذلك من خلال تشجيع و تنظيم المهرجانات الثقافية و المحافظة على الآثار و فتح المناطق الأثرية أمام القطاع العام و الخاص للاستثمار فيها.¹

أما مفهوم الإستثمار عند دارسي اقتصاديات السياحة فيشمل: تقييم المشروعات، أو دراسات الجدوى للمشروعات من حيث التوقعات لكل من النفقات و الإيرادات و تقدير الأرباح المتوقعة أو معدل العائد على الأموال المستثمرة ثم مقارنتها بسعر الفائدة، و في هذا الإطار يجب التأكيد على أن دراسة الجدوى أمر حيوي و مهم عند الرغبة في استثمار الأموال في إقامة مشروعات سياحية.²

إذا فالإستثمار السياحي يعني: " توفير رؤوس الأموال و توجيهها إلى إقامة مشروعات سياحية سواء في جانب العرض السياحي كالفنادق و المنتجعات و القرى السياحية و المطاعم و المنتزهات و الأماكن السياحية و المزارات الدينية و شركات النقل السياحي...إلخ. أو جانب الطلب السياحي كالمعارض و شركات التسويق و الترويج و الإعلام و غيرها، أو في جانبي الطلب و العرض كما في شركات وكالات السفر و السياحة التي تتعامل مع الطرفين، و لا تقتصر رؤوس الأموال فيه على رؤوس الأموال الوطنية و إنما ينضم إليها رأس المال الأجنبي، و يرتبط ذلك بتوفير مناخ ملائم من اكتمال البنى التحتية الأساسية و التشريعات المسيرة و الحوافز المشجعة و المعلومات المتاحة بشفافية، و نظم الإدارة العامة المتطورة، كما يعد توفير دراسات الجدوى للمشاريع السياحية عنصرا أساسيا في حفز و جذب الإستثمارات إليها.

ثالثا- أهمية و أهداف الاستثمار السياحي:

تأتي أهمية الإستثمار السياحي من الأهمية الفائقة لصناعة السياحة باعتبارها قطاعا إنتاجيا مهما في اقتصاديات البلدان المتقدمة و النامية على السواء، كما أنها من أسرع القطاعات الإقتصادية نموا لطبيعتها المعقدة و المركبة و تبدو أهميتها أكثر وضوحا في الإقتصاديات أحادية الجانب حيث تعمل على تنويع

¹ عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، حسين كباشي قسيمة، "الاستثمار السياحي في محافظة العلاء"، مركز المعلومات والابحاث السياحية TIRC ، الرياض، 2008، ص16.

² نوريه فلاح الجبوري و آخرون، أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، المجلد الرابع، العدد الأول، جوان 2013، ص46

الدخل القومي باعتبارها قطاع تصديري له أهمية عالية في خدمات العالم التصديرية إذ تشكل حصتها الثلث من هذه الخدمات فهي تعتبر شريان حياة لاقتصاديات البلدان السياحية إنطلاقاً من الأهداف التي تسعى الإستثمارات السياحية إلى تحقيقها و التي يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

* المحافظة على الموارد الطبيعية و التاريخية و الثقافية و الموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة، بهدف ضمان الاستمرار بصلاحية استخدامها في المستقبل لأن أهمية الاستثمار في السياحة مرتبطة باعتماد السياحة على تلك الموارد كجاذبيات و كسلع تجذب السياح، فمعالم البيئة الطبيعية و المواقع التاريخية و التراثية و الأثرية هي رأس المال الثابت و إذا كانت تلك الموارد مهملة فإن السياحة تبقى بعيدة عن التطوير، لذلك فإن البداية في تحقيق الاستثمار لتلك المواقع يبدأ من حمايتها و صيانتها بشكل يمهّد لتطويرها و تقديمها ضمن العرض السياحي بالشكل المناسب

* تنمية السياحة وفق قواعد الاستثمار يؤمّن تخطيطها و إدارتها و يجنبها من المشاكل البيئية أو الاجتماعية، و تدفع السلطات لدراسة و تحديد الطاقة الاستيعابية و تعليمات الاستخدام لتلك الموارد من قبل السكان و السياح.

* الارتقاء بمعايير و مستويات الجودة في البيئة و هي ناحية مهمة في عملية اتخاذ قرار الزيارة من قبل السائح، و السياحة تكون الحافز للسكان و السياح لتحسين شروط البيئة في المقاصد السياحية.

* التحديث الدوري للأنشطة و الفعاليات السياحية و الترويجية لتستمر في مواكبة حاجات و متطلبات السائح و تحقق أهدافها التسويقية، فلقد أصبح انطباع السائح عن المكان قبل و أثناء الزيارة عاملاً مهماً في مدى إقبال السياح للاشتراك بالرحلة السياحية.

* توفير فرص عمل للمجتمع المحلي و توزيع معظم العوائد السياحية على أوسع شريحة من السكان المحليين، و بذلك يصبح أولئك السكان عنصراً داعماً لتحقيق شروط الاستثمار في السياحة¹.

فالاستثمار السياحي في الموارد الطبيعية و التجهيزات و الخدمات السياحية يهدف إلى تحقيق عدد من المنافع الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و البيئية، إذ يعود الاستثمار في القطاع السياحي بالعديد من الفوائد والمنافع الاقتصادية للدولة والمجتمع و من هذه المنافع الاقتصادية المساهمة في زيادة الناتج المحلي بما ينتجه القطاع السياحي من سلع وخدمات، فضلاً عن تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والمحلية وزيادة الدخل من العملات الأجنبية. و ينتج عن ذلك تحسن في ميزان المدفوعات، وزيادة القيمة المضافة و تنويع مصادر الدخل من خلال استقطاب رؤوس الأموال المحلية للقطاع الخاص واستثمارها في مجال

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، "أساسيات التمويل و الاستثمار في صناعة السياحة"، ط1، دار الورق للنشر و التوزيع، عمان، 2010،

الحرف والصناعات التقليدية ذات الصلة بصناعة السياحة، فضلا عما يؤدي إليه ذلك من تنمية للبنية التحتية والمرافق العامة وتطويرها.

كما أن للإستثمار في قطاع السياحة قدرة على توليد فرص عمل جديدة، وعلى الأخص في القطاع الخدمي بشكل يفوق النشاطات الاقتصادية الأخرى، فضلا عن الآثار غير المباشرة الناتجة من زيادة فرص العمل والحد من البطالة وانخفاض نسبتها، كما يترتب على زيادة فرص العمل ارتفاع مستوى الرفاهية الاجتماعية وغير ذلك من المنافع والفوائد الأخرى.

هذا من الناحية الاقتصادية أما من الناحية الاجتماعية والثقافية فإن الإستثمار في القطاع السياحي يؤدي الى إحداث التحولات الاجتماعية في النظرة إلى التعامل مع السائح بطريقة تحافظ على الأنماط الاجتماعية والثقافية وعادات المجتمع المحلية و تقاليده وتراثه، كما تعمل على تطوير الإمكانيات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الوافدة و المتمثلة بالسياح وتعاملهم، لإيجاد نوع من التجانس بين الثقافة المحلية والثقافة المصاحبة لدخول السياح و اقامتهم واختلاطهم بالسكان المحليين.

وبذلك يعد القطاع السياحي أحد القطاعات الاقتصادية المهمة المضافة والتي تساعد على تحقيق نمو اقتصادي واجتماعي في البلدان المختلفة و ان الاهتمام بالسياحة كباعث على تحقيق تنمية مستدامة يعد مطلبا اقتصاديا مهما لتحفيز الإستثمار في المناطق السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية والحضارية.¹

رابعا- خصائص الإستثمار السياحي:

يتميز الإستثمار في القطاع السياحي بمجموعة من الخصائص تفرقه عن الإستثمارات الأخرى يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

1- اعتماد قرار الإستثمار بشكل رئيسي على مخرجات دراسة الجدوى التي تُجرى لتقييم المشروع السياحي، حيث تحتل هذه الدراسة أهمية كبيرة نظرا لارتفاع التكاليف الإستثمارية للمشروعات السياحية، وهذا ما يؤدي إلى زيادة أسعار الأصول الثابتة من عقارات وأراضي وآلات، بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف البناء والزيادة المستمرة في الأجور بشكل عام.

2- تمثل الأصول الثابتة نسبة عالية من إجمالي الأصول (الأصول الثابتة مثل: الأراضي، المباني، الآلات والمعدات والأثاث).

¹ حمزة بعلي، خالد بن جلول، مداخلة بعنوان: الأهمية الاقتصادية للإستثمارات السياحية في الجزائر ودورها في دعم وتحقيق التنوع الاقتصادي، دراسة تحليلية وتقييمية لفترة (2000 -2016)، المؤتمر الدولي حول السياحة الداخلية والجمعات المحلية: بين حتمية التنوع الاقتصادي وصناعة التميز، يومي 27-28 أبريل 2019، جامعة خنشلة، الجزائر، 2019، ص08.

- 3- ارتفاع نسبة المكوّن الأجنبي في الاستثمار السياحي، لأن أغلب احتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة وغالية الثمن وبالعملة الصعبة. فالأطعمة والمشروبات وتأثيث وسائل الإيواء تتطلب الاستيراد لكي تتوافق مع حاجات الضيوف خاصة الأجانب.
- 4- ارتفاع تكلفة التأسيس وهي التكاليف الاستثمارية أو الرأسمالية.
- 5- فترة استرداد رأسمال المشروع تكون طويلة.
- 6- مصادر التمويل تكون معظمها أجنبية وطويلة الأجل.
- 7- التكامل مع أوجه الاستثمار الأخرى سواء مشروعات بنية أساسية أو غيرها، إذ لا بد من وجود تكامل بين القطاع السياحي والمشروعات الأخرى فهو يعتمد اعتماد كلي وأساسي على القطاعات الأخرى مثل قطاع الزراعة والصناعة و النقل.¹
- 8- تتميز المشاريع السياحية بعدم المرونة ونظرا للطابع الموسمي للسياحة فإن ذلك يؤثر سلبا على الرغبة في الاستثمار السياحي من أصحاب رؤوس الأموال الصغيرة والمتوسطة حيث لا يمكنهم أن يجمدوا بعض رؤوس أموالهم لمدة معينة عكس الدولة او أصحاب رؤوس الأموال الذين يمكنهم تحمل بعض المخاطر كموسمية النشاط السياحي.²
- 9- تعدد الاستثمارات السياحية من الصادرات غير المنظورة، ولا يمكن نقلها من مكان لآخر، كما لا تستطيع تغيير منتجاتها بالمشاريع الأخرى.³
- 10- وجود المناخ الاستثماري المشجع للاستثمار السياحي بالدولة، والذي يتمثل أساسا في:
 - أ- البنية التحتية الملائمة في المناطق السياحية وتشمل ما يُعرف بالمرافق العامة من مياه شرب، كهرباء، صرف صحي، اتصالات، وسائل مواصلات، شبكات طرق، مطارات، موانئ، سكك حديدية، جسور وأنفاق.
 - ب- البنية الفوقية السياحية مثل: الفنادق والقرى السياحية من الاستثمارات الثقيلة نظرا لأن 75% من الإنفاق الاستثماري يُوجه إلى الأصول الثابتة، مثل: الأراضي والمباني بينما يوجه 25% من الاستثمار إلى التجهيزات والمفروشات.
 - ت- المتطلبات الأساسية من البنوك المصرفية و الأسواق التجارية و المستشفيات و مراكز الشرطة.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 119.

² الطيب داودي، عبد الحفيظ مسكين "الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي "الاستثمار السياحي بالجزائر و دوره في تحقيق التنمية المستدامة"، المركز الجامعي تيبازة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014، ص 08

³ منير خروف وآخرون، الاستثمار السياحي في الجزائر بين المقومات والمعوقات، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الرابع حول: الاقتصاد السياحي وتديير المقاولات السياحية يومي 22 و 23 جوان 2018، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المملكة المغربية ص 03.

ث- التشريعات والأنظمة الواضحة والإجراءات المبسطة لخدمة أهداف الاستثمار السياحي، و الإسراع بإجراءات التقاضي والالتزام بالقوانين والأحكام القضائية وتنفيذها.

ج- اليد العاملة المؤهلة والمدربة حيث أن العمل السياحي دائم التغير والتطور، وكذلك من حيث تغير نوعية السائح أو الذوق أو من حيث التطور التقني.

ح- التسهيلات المقدمة في مراكز الحدود من جميع السلطات، ومدى إمكانية منح تأشيرات دخول في هذه المراكز.

خ- المكاتب السياحية المراد بها أعمال التسويق والتنشيط السياحي في الخارج.¹

المطلب الثالث: مجالات الاستثمار السياحي و العوامل المؤثرة فيه و في نموه:

تتألف صناعة السياحة من فروع تساهم و تساعد على قيام صناعات ثانوية تزيد عن مئة و أربعين صناعة مرتبطة ببعضها البعض تؤثر في الدخل القومي و تتولد عنها استثمارات اضافية، و كلما سعى المستثمر لرسم الكفاءة و النوعية و التكيف مع أذواق السياح كلما توجه نحو إقامة استثمارات في مجال مناسب لطبيعة الطلب الديناميكي الذي يتسم به الطلب السياحي مع مراعاة التأثيرات المختلفة المصاحبة لعملية الإستثمار في هذا المجال و المحددة لنموه:

أولاً- مجالات الاستثمار السياحي:

إن التشابك القطاعي الكثيف لصناعة السياحة مع القطاعات الأخرى، يجعل من عملية رسم حدود واضحة للاستثمار السياحي مسألة صعبة و معقدة، و لكن على الرغم من ذلك فهناك شبه اتفاق لدى المتخصصين على أن مجالات الاستثمار السياحي تتحدد بما يلي²:

- مجال الايواء السياحي: ويضم الفنادق و الموتيلات، الدور السياحية، دُور الاستراحة، المجمعات السياحية، المدن و القرى السياحية، الشقق، الكابينات، المجمعات و المخيمات السياحية، و غيرها من أماكن الايواء المختلفة المساعدة و التكميلية.

- مجال الترفيه: يضم صالات الألعاب، الكازينوهات، المقاهي، المطاعم السياحية، المسابح، الحمامات ذات المياه المعدنية، مصحات المياه، المنتزهات، مدن الألعاب، الحدائق العامة و غيرها.

- مجال النقل و المواصلات و الاتصالات: و يشمل الأنواع الآتية التي تكون من صميم الاستثمارات السياحية العامة و الخاصة و هي:

¹ محمد يونس، "سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني و الأجنبي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015-2016، ص 37، 38.

² إسماعيل الدباغ، إلهام خضير شير، مرجع سبق ذكره، ص 137، 138.

* استثمارات مخصصة لإقامة المرائب و المحطات و أماكن وقوف السيارات، الأرصفة النهرية و البحرية و أماكن وقوف العبارات و الزوارق السياحية، المطارات و ملحقاتها، محطات القطارات و ملحقاتها، الموانئ البحرية و ملحقاتها.

* استثمارات مخصصة لإنشاء الطرق البرية و النهرية المخصصة لخدمة الأغراض السياحية.

* استثمارات مخصصة لشراء و صيانة و تأجير السيارات و المراكب، و العبارات و الزوارق و الطائرات و القطارات المخصصة للأغراض السياحية.

* استثمارات مخصصة لإقامة نقاط البريد و التلغراف و الهواتف الأرضية و النقالة و الأنترنت، و الألياف البصرية، ضمن المواقع السياحية.

- **مجال البنى الارتكازية السياحية:** و تضم شبكات المياه العذبة، المجاري، الكهرباء، الغاز، الطرق، الجسور... الخ من المشاريع التي تخدم السياح و تلبى حاجاتهم العصرية، بالإضافة إلى امتلاك الأراضي المخصصة للمشاريع السياحية.

- **مجال الترويج و الاعلام و التسويق السياحي:** و تضم مكاتب الاستعلامات السياحية، المكاتب و الشركات السياحية، الإنفاقات المتخصصة لطبع الكراسيات و البوسترات السياحية، و كل رأس مال يُستخدم لخدمة الاعلام و التسويق السياحي.

- **مجال التعليم و التدريب و البحث السياحي :** و يشمل المدارس والمعاهد والكليات والجامعات السياحية والفندقية، وما يُنفق على الدورات التدريبية، و إيفاد الكوادر السياحية للخارج، وما يُنفق على استقطاب الخبراء الأجانب المتخصصين بالسياحة والفنادق للاستفادة من خبراتهم في مجال التعليم و البحث العلمي السياحي، و ما يُنفق كذلك على إقامة المؤتمرات و الندوات السياحية، إلى جانب ما يُنفق على إعداد الأبحاث السياحية، و دراسات السوق السياحي.

- **مجال الإدارة السياحية التكميلية:** ويشمل إنشاء و تأجير و صيانة البنايات و العمارات المخصصة للإدارات السياحية (سواء كانت وزارة أو مؤسسة أو هيئة) ومكاتبها ومستلزمات العمل الإداري من أجهزة و معدات و شبكات الإتصال و الرقمنة و لوازم أخرى.

- **مجال الإحصاء و المسح السياحي:** ويشمل كل النفقات التي تُخصص لأغراض المسح السياحي، وإعداد إحصاءات عن النشاط السياحي والفندقي سواء كان للمشاريع السياحية أو للسياح القادمين أو لبيان آرائهم و دراسة مقترحاتهم ، بالإضافة إلى ما يُنفق على التعاقد مع المنظمات الدولية في هذا المجال.

- **مجال السياحة الرقمية:** حيث تعرف السياحة الإلكترونية بأنها نمط سياحي يتم تنفيذ معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية و أخرى أو بين مؤسسة سياحية و مستهلك من خلال استخدام تكنولوجيا

المعلومات و الإتصال، بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية و التطبيقات الذكية مع رغبات جموع السائحين، حيث أصبح الاستثمار في السياحة الرقمية مجالا جذابا يشهد تنافسا في توطين و صناعة المعلومات و تفعيل التطبيقات الخاصة بالسياحة و خدماتها.¹

ثانيا- العوامل المؤثرة في الإستثمار السياحي:

هناك العديد من العوامل المؤثرة والتي تلعب دورا فاعلا في الاستثمار السياحي ولعل أهمها:

1- مساهمة الحكومة في تنشيط القطاع السياحي: من خلال التخصيصات الاستثمارية المخصصة لهذا القطاع فضلا عن دور وإمكانية الحكومة في دعم النشاط السياحي وتذليل الصعوبات أمام هذا النشاط من خلال:

أ - المساهمة في حل مشكلة البنى التحتية أو التكميلية التي تقف في وجه العمل السياحي مباشرة والتي يصعب على القطاع السياحي القيام بها لوحده مثل: الكهرباء، والماء، والطرق و الأمن... إلخ.
ب- مساهمة الدولة في الأرض التي يقام عليها المشروع السياحي إذا كانت ملكية الأرض تعود إليها وتتم هذه المساهمة من خلال إما تأجيرها لمدة طويلة بأجور رمزية، أو بيعها للملكي المشروع بأثمان منخفضة.

ت - منح القروض طويلة الأجل وبفائدة منخفضة.

ث - إصدار القوانين والتشريعات المشجعة والمحفزة لعملية الاستثمار سواء للمستثمر الوطني أو الأجنبي، متمثلة في المزايا والإعفاءات وقوانين العمل والضرائب، وحرية تحويل الأرباح وأصل الاستثمار بالنسبة للمستثمرين الأجانب إلى الخارج.

2- المردود المادي المرتقب: وهو ذلك الجزء المتبقي من الإيراد الكلي للمشروع بعد تسديد تكاليف الإنتاج المباشرة والضمنية كذلك بعد طرح نسبة معينة تمثل الربح الاعتيادي والطبيعي للمشروع المستثمر سواء كان في القطاع السياحي، أو أي قطاع آخر يجب أن يغطي تكاليف عناصر الإنتاج المختلفة ويحقق مردودا ماديا (ربحا)، والذي يعدّ مكافأة عن المخاطر التي قد تواجهه في الظروف غير المؤكدة ولذلك يهتم المستثمر بالمردود المادي ولا يهتم كثيرا بالمردود الاجتماعي كما في حالة استثمارات الدولة
3- كلفة الفرصة البديلة: ويقصد بها قياس تكلفة أي شيء بأفضل بديل أو كسب يتم التخلي عنه أو التضحية به، وبالتالي فهو ثمن السلعة التي يتم التضحية بها، ومن هذا التعريف نفهم أن المستثمر يخضع في اختيار الفرصة البديلة إلى عملية المفاضلة، أي أنه يستثمر أمواله في النشاط الذي يحقق له الربح السريع، لذلك فإن المستثمرين عندما يعتقدون أن الفرصة الاستثمارية البديلة في القطاع السياحي

¹ مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة و السفر، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2016، ص459.

أفضل من المجالات الأخرى يزداد وينمو الاستثمار السياحي، والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة وبالتالي العلاقة طردية.

4- ارتفاع رأس المال الثابت في المشروع السياحي: من المعلومات عن المشروع السياحي أنه يمتاز بارتفاع نسبة رأس المال الثابت، وهذا يعني أنه يحتاج إلى رأس مال كبير في عملية الاستثمار، الأمر الذي يجعل مدة الاسترداد لرأس المال الثابت مدة طويلة مما يثير قلق المستثمر وعدم اطمئنانه عند اتخاذ قرار الاستثمار في النشاط السياحي ويتجه نحو القطاعات الأخرى، وهذا يدل على أن العلاقة بين الاستثمار ورأس المال الثابت علاقة عكسية مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

5- موسمية الطلب السياحي: إن أحد أهم مميزات الطلب السياحي هي الموسمية، كما أن تأثيرها على حركة الاستثمار ينطلق من كون المستثمر عامة يستثمر أمواله في مشاريع يكون الطلب على منتجاتها قائم على مدار السنة، وهذا لا يتحقق في المشاريع السياحية، وبالتالي فالموسمية تمثل عاملا مؤثرا في قرار المستثمر في القطاع السياحي، أي أن العلاقة عكسية بين الموسمية في النشاط السياحي والاستثمار فيه، كما هو الحال في نسبة رأس المال الثابت؛

6- الإيرادات المتحققة بالعملة الأجنبية: تعد العملات الأجنبية أحد الإيرادات المهمة التي يحققها النشاط السياحي في البلد من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات والرفع من مستوى الدخل والتشغيل، كما أن المستثمر يتجه إلى النشاط الذي يحقق له إيرادا بالعملة الأجنبية، ويكون هذا واضحا بشكل كبير في الدول النامية، لذلك فالمستثمر يتجه نحو الاستثمار في النشاط السياحي إذا شعر أن جزء من إيراداته سيكون بالعملة الأجنبية وله حق التصرف فيه.¹

ثالثا- محددات نمو الإستثمار السياحي:

يتأثر الاستثمار السياحي بعوامل تحدد نموه مستقبلا من حيث حجمه و طبيعته و مصدر تمويله، كما أن للتسهيلات و الضمانات الموضوعية أثر عليه قد تدفع بنموه أو تأخره و من أهمها نذكر:

* **طبيعة الإستثمار و الموقع الجغرافي:** يؤدي قرب البلد من الأسواق التي لها دور كبير في حركة السياحة الدولية إلى زيادة حجم التدفق السياحي بسبب توفير الوقت و انخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل النقل خاصة على مستوى السياحة الإقليمية من خلال برامج المجموعات السياحية، كما أن تمتع السوق السياحي بمقومات سياحية يعد سببا لنمو الاستثمارات في هذا المجال فهي التي تعمل على اجتذاب السياح و تنشيط السياحة و تفعيلها.

¹ اسماعيل الدباغ، إلهام خضير شبر، مرجع سبق ذكره، ص 139-141.

* **التسهيلات و الحوافز المقدمة:** تبحث الاستثمارات السياحية دائما على ركيزتين أساسيتين مباشرة نشاطها و هما الضمانات و الحوافز شأنها في ذلك شأن أي نشاط استثماري، و يمكن تلخيصها في:

- **التسهيلات السياحية:** ممثلة في الحوافز و الإعفاءات المقدمة، الإعانات، القروض الطويلة الأجل بأسعار منخفضة، الإعفاءات الضريبية و الجمركية.¹

- **الوسائل التي تدفع بنمو الاستثمارات السياحية:** تخطيط سياحي علمي شامل، الترويج لفرص الاستثمار السياحي الموجودة، التنظيم الفعال للاستثمارات السياحية.²

حيث و نظرا للمنافسة الشديدة على استقطاب الاستثمار و المستثمرين داخليا و خارجيا للمشروعات السياحية فإم هنالك حاجة ملحة لتطوير الحوافز الاستثمارية و استخدام أمثل الوسائل التي تدفع بنمو الاستثمارات السياحية، بحيث تتحقق الميزة الاستثمارية لمناطق الجذب السياحي.³

أما من وجهة نظر المستثمر الخاص: و مهما كانت الأولويات المطروحة فإن هناك ثلاثة عوامل أساسية سيتوقف عليها قرار المستثمر في الدخول في استثمارات جديدة أو في تطوير منشآت و خدمات سياحية قائمة و هي:

عامل السوق: يعتمد الاستثمار في المنشآت السياحية أو تطويرها على عامل السوق الذي تتعامل معه و حجمه و نوع المنتج السياحي و تفرده بخصائص جذابة و بمعنى آخر تتوقف دراسة عامل السوق على تحديد السوق المستهدف و وضعه الحالي و المستقبلي، المنتجات المرغوبة فيه و أسعارها، نقاط القوة و الضعف في المقومات السياحية المتوفرة في البلد. حيث يساهم هذا العامل في التنبؤ بالأرباح المتوقعة التي يجنيها المستثمر من جراء العملية الاستثمارية التي أسهم بها⁴

عامل رأس المال (التمويل): و يعتبر من أهم العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند الدخول في المشاريع السياحية بالإضافة إلى عدد من العوامل الفرعية كتكاليف المشروع، معدل العائد على الاستثمار، النظام الضريبي و شروط التأمين، تطور البنية الأساسية، العنصر البشري المتخصص.

و يرتبط هذا العامل أساسا بمدى توفر سوق مالية و مصرفية كفؤة و مرنة ذات طابع ديناميكي تتوفر فيها القوانين المنظمة للتعاملات المالية و تقدم التسهيلات المناسبة للمستثمرين، بالإضافة إلى كفاءتها في

¹ مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، 2017، ص 176، 175.

² حمزة العراي، إيمان نواره، "التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول "الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول- نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة"، جامعة جيجل، الجزائر 10، 09 نوفمبر 2016، ص 11، 12.

³ أبو عياش عبد الإله و آخرون، مدخل إلى علم السياحة في الأردن، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 244.

⁴ خالد وصيف الوزني، أحمد حسين الرفاعي، مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية و التطبيق، دار وائل للنشر، ط6، عمان 2004، ص 176

تنظيمها لوسائل الاتصال الحديثة و الامكنة المناسبة لتسهيل المعاملات المالية، و مدى قدرتها على استيعاب المعلومات الاستثمارية الوافية لكافة القطاعات و الأنشطة الاقتصادية.¹

ملائمة المناخ الاقتصادي و السياسي و الاجتماعي للاستثمار: يؤدي الركود الإقتصادي و عدم توفر مناخ الاستثمار كالتوترات السياسية الداخلية و المجاورة إلى التأثير السلبي على الطلب السياحي، و كذلك الوضع الاجتماعي السائد في المجتمع و مدى استعداد الناس و تفهمهم لأهمية السياحة و دورها في الاقتصاد الوطني و تعاونهم مع مشاريع التنمية السياحية و المشاركة فيها.

فاستقرار العامل السياسي داخل البلد و على الصعيد الإقليمي يعتبر شرطا أساسيا لتدفق الاستثمارات السياحية و نموها خاصة الأجنبية، فهي شديدة التأثر بعدم الاستقرار السياسي الذي يؤدي إلى حالة عدم التأكد من الإقتصاد، و من ثم ارتفاع المخاطر التي تواجه المؤسسات و المشروعات مما يؤثر على فرص الربحية.² و الاستقرار السياسي يؤدي الى التزام الحكومات بالبرامج و الخطط الاقتصادية و التنمية بما يساعد على تثبيت الاستقرار الاقتصادي بما يؤدي في الأخير إلى زيادة حجم الاستثمارات في كل القطاعات بما فيها السياحي في إطار البرامج المرصودة.³

فالاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري في قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان وتمثلان في الضمانات و الحوافز، كتوفير الاستقرار السياحي الذي يشكل مناخا ملائما للاستثمار، إلى جانب محفزات عديدة أهمها القوانين و التشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي و الأجنبي، وأيضا توفير البنية التحتية الملائمة و انتشار و عي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع.

المبحث الثاني: المكانة التنموية للاستثمار في قطاع السياحة

ترجع الأهمية التنموية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الكلية، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل ، و موردا من موارد العملة الصعبة و المساهمة في الناتج المحلي ، كما يعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الاستثمار في قطاعات أخرى و تفعيل التنمية السياحية على الخصوص و الاقتصادية على وجه العموم، و تنمية التوازن الاقتصادي و الاجتماعي بين الأقاليم، و تظهر مكانته كذلك على صعيد الاقتصاد العالمي من خلال مجموعة من المؤشرات.

¹ وليد كامل أبو خير، إدارة العمليات الاستثمارية و التمويلية، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2015، ص 64

² Mustapha Kamel Nabil and Others, **The role of governance institutions in private investment decision..the case of MENA**, Economic Research Forum (ERF), working paper N; 384, 2008, P05.

³ عبير فرحات علي، الأداء الاقتصادي كمحدد للاستثمار الاجنبي المباشر، المؤتمر السنوي الثاني عشر: إدارة أزمة الاستثمار في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، المجلد الأول ، جامعة عين شمس، مصر، 2007، ص 506.

المطلب الأول: الإستثمار السياحي و التنمية السياحية

هناك علاقة متداخلة و متعددة للتنمية بين الاستثمارات السياحية و خطة التنمية المرصودة، وفيما يلي سنتطرق إلى أهمية ذلك بالإضافة إلى إبراز أهداف وأهمية التنمية السياحية.

أولاً: مفهوم التنمية السياحية

لقد أصبحت التنمية السياحية من المفاهيم الشائعة في اقتصاديات البلدان النامية المتقدمة على السواء، حيث أصبحت تعتبر مصدراً مهماً من مصادر التنمية الاقتصادية وزيادة الدخل القومي.

1- تعريف التنمية السياحية

تعرف التنمية السياحية بأنها: "الاستخدام الأمثل أو تفعيل كافة موارد البيئة السياحية المتاحة لزيادة التدفق السياحي الرشيد وذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق التنمية السياحية المتوازنة، وتعني تعظيم النتائج والآثار الإيجابية، وتقليل الآثار السلبية للسياحة، والعمل على تحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة من خلال التخطيط العلمي، والاستفادة من تجارب دول أخرى¹."

ويعرفها أحمد الجلاد بأنها: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي²." وتعرف أيضاً على أنها: "تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع السياحي في نمو الاقتصاد من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية³."

وتعرف أيضاً على أنها: "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل أيضاً بعض تأثيرات الساحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة، فهي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها⁴."

ومما سبق نخلص إلى: أنا التنمية السياحية تعني تطور المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال مختلف الجهود والخطط والبرامج التي تهدف إلى التطوير المستمر والمتوازن، والاستغلال الأمثل لخدمة السياح و القاطنين على حد سواء.

¹ يسرى دعيبس، التنمية السياحية المتوازنة، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2009، ص 511.

² أحمد الجلاد، السياحة المتوازنة البيئية، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2002، ص 43.

³ أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007، ص 45.

⁴ عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003، ص 54.

2- أهداف التنمية السياحية

- تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها :
- تقديم إطار عمل لرفع مستوى المعيشة للأفراد من خلال الفوائد الاقتصادية المترتبة من السياحة.
 - تحقيق منظومة متكاملة بهدف تنمية مكونات المنتج السياحي.
 - رفع مستوى خدمات البنية الأساسية، وتوفير كافة الخدمات والمرافق الضرورية لتلبية احتياجات السياح.
 - العمل بفعالية من أجل تعظيم قدرة البلد على جذب أكبر قدر من حركة السياحة الدولية وذلك من خلال تهيئة المناخ المناسب لجذب الاستثمارات الأجنبية.
 - إعداد برنامج التنمية يتواءم مع فلسفة الحكومة والمجتمع المضيف ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا.
 - تحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة والعمل على تنشيطها¹.
 - تدعيم الآثار الاقتصادية للسياحة و زيادة فرص العمل والتغلب على البطالة.
 - الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية.
 - تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.
 - تحقيق نمو سياحي متوازن و زيادة الدخل السياحي الإجمالي².
 - تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة من النواحي الاجتماعية والثقافية، مع التخلص قدر الإمكان من الآثار السلبية لهذه النواحي.
 - المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليها من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي وما يحيط بها في المدن والأماكن المختلفة³

3- أهمية التنمية السياحية

- تتمثل أهمية التنمية السياحية فيما يلي⁴ :
- إن السياحة صناعة تصديرية تسلم فورا في المقصد السياحي بصورة مباشرة دون تحمل أي نفقات (النقل والتخزين) وبالتالي تحقيق زيادة في ميزان المدفوعات.
 - المساهمة في تخفيف عبء البطالة وتوفير فرص عمل كثيرة لأن السياحة تعتمد على العنصر البشري وتتطلب اليد العاملة.

¹ يسرى دعبس، مرجع سابق، ص 513

² مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "التنمية و التسويق السياحي"، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2017، ص 217

³ جلييلة حسن حسنين، "دراسات في التنمية السياحية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ، ص 15 .

⁴ عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، مرجع سابق، ص 54.

- الاستخدام الأمثل للبيئة الطبيعية والاجتماعية من خلال إيجاد البدائل المناسبة للاستخدام البشري لموارد البيئة الطبيعية، كما هو الحال في مناطق المحميات الطبيعية كنمط من أنماط السياحة البديلة أو المتوافقة مع البيئة واستخدامها استخداما أمثل مع المحافظة على التراث الطبيعي والثقافي.
- تحقيق الانتعاش الاقتصادي لدول المقصد السياحي عن طريق تنمية حصيلة العلاقات الأجنبية مما يساهم في تغطية احتياجات التنمية السياحية للبلد من المكونات الإنتاجية اللازمة للنشاط الإنتاجي في جميع القطاعات.
- المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية، وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في مجالات مختلفة، مما يساهم في تحقيق نمو متوازن في الاقتصاد الكلي وتحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم المختلفة.
- تساعد التنمية السياحية على تحسين البنية التحتية والهياكل القاعدية، وهذا يؤدي إلى تحسين الخدمات السياحية بمختلف الأنواع.
- الارتقاء بأمكان الإيواء السياحي والفندقي من مختلف الدرجات من خلال التركيز على المقاصد السياحية ذات الخصوصية الطبيعية والثقافية.
- تؤدي التنمية السياحية إلى تطوير حركة النقل والإيواء السياحي والصناعات المرتبطة بقطاع السياحة.
- تسيير عمليات المعاصرة أو الحدائة بتعليم الشباب والمجتمع وتساعد في تلاقي الحضارات والثقافات المختلفة وتشجيع الاتصال الثقافي.
- تنمي لدى المواطن الشعور بالانتماء إلى الوطن، وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل المجتمع المضيف والزائر.
- توفير التمويل اللازم للحفاظ على تراث المباني والمواقع الأثرية والتاريخية.
- تنشيط الصناعات الشعبية والتقليدية باستخدام الموارد المحلية لأن هذه المنتجات تعتبر منتجات فنية ثقافية يقبل عليها السائح.
- تساعد في انشاء المنتزهات، وتعمل على المحافظة على البيئة ومحتوياتها.
- تحقيق إدارة جديدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.
- اعطاء الأجانب الفرصة للتأثير والتأثر الحسي في منطقة الجذب التي لا يعرفون عنها الكثير.

ثانيا: أشكال و أنواع التنمية السياحية

1- أنواع التنمية السياحية: للتنمية السياحية أنواع أهمها¹:

¹يسرى دعبس، مرجع سابق، ص 520.

- التنمية السياحية الشاملة: وهي تنمية شاملة للنهوض بجميع القطاعات الوطنية (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، الحضارية والسكانية)، والتي تتطلب الكثير من الأموال والجهود.

- التنمية السياحية المستدامة: وهي العمل على استخدام الموارد البيئية، السياحية، الطبيعية والثقافية والاجتماعية وصيانتها والحفاظة عليها، وعلى فطرية هذه الموارد، لأنها ليست ملكا للأجيال الحاضرة فقط.

- التنمية المكانية: وتنقسم على أساس المستوى المكاني إلى:

* تنمية سياحية محلية: تتضمن خدمات البنية التحتية، مناطق الجذب السياحي، شبكات النقل وتوزيع الخدمات.

* تنمية سياحية إقليمية: تركز على كافة الخدمات السياحية والسياسية والاستثمارية والتشريعات والهياكل السياحية.

* تنمية سياحية دولية: تركز على عناصر الجذب السياحي، وخدمات النقل والتسيير وقدم الأفواج السياحية عبر مختلف المعابر الحدودية والموانئ والمطارات.

2- أشكال التنمية السياحية: إن أشكال التنمية السياحية متعددة نذكر منها¹:

- تطوير المنتجات السياحية: هذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل وتعرف المنتجات على أنها المواقع التي تتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستجمام.

- القرى السياحية: وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة بكثرة في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم، فالحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن وهي بذلك تستهوي سكان المدن حبا في التغيير والبساطة. إن قيام القرى السياحية يعتمد على وجود أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، الأسواق والمناطق التجارية، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، أنشطة رياضية وترفيهية... الخ.

- منتجعات المدن: يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي المخصصة للمنتجات وبرامج التنمية الاجتماعية المنتظرة، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع في المنطقة وتحتاج عملية إقامة هذا النوع من المنتجعات إلى وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، الشواطئ، أنشطة سياحية، علاجية، مواقع أثرية ودينية.

¹ نجاة مسمش، فريد عبيد، دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09 و10 مارس 2010، ص ص 16-18.

- منتجات العزل: أصبح هذا النوع من المنتجعات من بين المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم نظرا ليمما تتميز به من صغر حجمها ودقة تخطيطها وشموليتها، وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل الجزر الصغيرة أو الجبال والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

- السياحة الحضرية: وتوجد في المناطق الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيد في المنطقة، وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزء لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة، وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذا السياح القادمين إليها، وقد أخذت الكثير من الحكومات حاليا على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن توفيرها مثل المواقع الأثرية والتاريخية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

- سياحة الرياضة البحرية: يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود ماء (البحر، البحيرة)، حيث تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضة البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، سباق القوارب، سياحة الصيد البحري... الخ.

ثالثا: محددات التنمية السياحية ومتطلباتها

1- محددات التنمية السياحية

فضلا عن المحددات الأساسية للنمو السياحي، والتي تتمثل أهمها في مستوى الدخل وتوزيعه ومستويات التعلم ودرجة التحضر والهياكل الاجتماعية والانجازات فإن هناك محددات أخرى تبدو بصفة خاصة في الأمور التالية¹:

* توفير التسهيلات بأسعار مناسبة: فضلا عن مشروعات البنية الأساسية الواجب توفيرها من اتصال، جودة، خدمات المرافق... الخ، فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإضافة والإطعام والنقل السياحي وبيع الهدايا والتذكارات بحيث يكون بنوعية جيدة وتناسبية من حيث السعر ومقارنة من المناطق السياحية الأخرى.

* الموقع الجغرافي: يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق المختلفة، ويعتبر الموقع المناسب القريب من الأسواق المصدرة للسياحة عاملا أساسيا في صناعة السياحة الناجحة نظرا لأهمية معرفة تكاليف النقل فإن الموقع بالنسبة للسائح يعتبر محددًا هامًا لتحديد نفقات الرحلة، وعليه فإن

¹ محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2008، ص ص44-46.

الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل النقل والمواصلات.

* **طبيعة ومصدر الاستثمار في السوق السياحي:** نظرا إلى أن الاستثمارات التي تخدم السياحة مباشرة مثل: الاستثمار في الفنادق يتطلب حجما كبيرا من التمويل، فإن المستثمرين في القطاع الخاص خاصة في البلدان النامية يكونون مترددين بشأن الاستثمار السياحي والفندقي، نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي إضافة إلى عدة اعتبارات منها:

- بقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة إلى التغيرات السياسية والاجتماعية.

- موسمية الطلب في المناطق السياحية وهو ما يعني تحقيق أرباح غير مرضية.

- العائد الصافي من الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية يكون ضعيف وهذا لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر.

* **تقديم حوافز للمشروعات السياحية:** من الضروري الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية، وتنوع صور المساعدات المالية للمستثمرين في هذا القطاع فيما يلي :

-الإعانات بنوعيتها: النقدية المتمثلة في مبالغ نقدية تقدمها الحكومة للمستثمرين لإقامة المشروعات السياحية في المناطق التي تستهدف تنميتها السياحية، أما العينية فتتمثل في تقديم الأراضي سواء بدون مقابل أو تقديمها بأسعار منخفضة أو في شكل حتى الانتقال لمدة معينة وبشروط مقبولة.

- القروض طويلة الأجل: وبأسعار فائدة منخفضة هذا النوع يكون خاصة في الدول النامية تتراوح آجال القروض من 20 إلى 25 سنة بفائدة من 2% إلى 3%.

- الإعفاءات الضريبية والجمركية: تلجأ إليها بعض الدول بغرض تشجيع الاستثمار التجاري أو الصناعي لفترة معينة بدءا من تاريخ الاستغلال.

- المساعدات الفنية للمشروعات: خاصة منها السياحية والفندقية، وتدريب العاملين في المجال السياحي في المعاهد الخاصة ومراكز التدريب.

- تقديم مزايا للاستثمار الأجنبي: تعمل العديد من الدول على جذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المجالات السياحية والفندقية من خلال تقديم حوافز متنوعة وتوفير المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي وإرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياسي فيها، وأن تحمي رؤوس الأموال من التأميم والمصادرة مع وضع القواعد التي تكفل تحويل الأرباح بسهولة.

2- متطلبات نجاح التنمية السياحية

إن التنمية السياحية مثلها مثل أي تنمية أخرى تقوم على متطلبات لا بد من توافرها لكي تكون تنمية حقيقية و في ما يلي عرض موجز لهذه المتطلبات¹:

* متطلبات تنظيمية: وهي التي تتعلق بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تهتم بالنشاط السياحي، أو القطاع السياحي بأكمله من تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة.

* متطلبات بيئية: وهي التي تختص بحماية البيئة والحفاظ عليها لكي يكون المناخ ملائما للنشاط السياحي واستقبال السياح، فالتنمية البيئية مرتبطة بالتنمية السياحية ارتباط وثيقا لما لها من دور فعال في عمليات الجذب السياحي متضمنة حماية الآثار والموارد السياحية الطبيعية من أخطار تلوث البيئة.

* متطلبات إدارية: وهي تلك المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في المجال السياحي من عمال مهندسين وإداريين، حيث يجب أن تتوفر فيهم الكفاءة والفعالية والإلمام بالعمل السياحي ككل وخاصة بما يتعلق بالفنادق والإقامة والتنقل ومواصفاتها التي يجب أن تتوفر فيها.

* متطلبات عامة: وتتضمن الخدمات التي تقدمها الدولة ووضعتها في خطتها العامة مثل: الخدمات التي تقدم لتنمية الحركة السياحية لتنمية صناعتها السياحية من مطارات وتشريعات وقوانين وتسهيلات للمشروعات السياحية والجمركية وغيرها².

رابعا: خطة التنمية السياحية و الاستثمار السياحي

تنحصر خطة التنمية السياحية في كونها: "رسم صورة تقديرية مستقلة للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية معينة، وهذه العملية تقضي حصر الموارد السياحية في الدولة انطلاقا من قاعدة قوية من المعلومات والمعطيات والإحصائيات تضمن تحديد أهداف واضحة، وإعداد برنامج متناسق بشمول فروع النشاط ومناطق الدولة السياحية³".

1- الأهداف التي تسعى خطة التنمية السياحية لتحقيقها

للتنمية السياحية خطة تسعى من ورائها لتحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- تطوير النشاط السياحي عن طريق توظيف المنهج العلمي الذي ينضم إدارة النشاط السياحي بكل عناصره ويوفر إطار عمل مشترك لاتحاد القرارات.

¹ منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002، ص 43، 44.

² مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة السياحية. وتطبيقاتها"، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة-الجزائر، 2017، ص50.

³ نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد29، العدد3، اللاذقية، 2006، ص 19.

- تزويد الجهات المسؤولة عن النشاط بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيرا من الجهد الضائع.
- توحيد جميع الوحدات المسؤولة، وتنسيق عملها لتقليل من ازدواجية القرارات، وتوجيهها ناحية الهدف العام من النشاط.
- تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛
- تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وتساعد على رسم السياسات ووضع الإجراءات التنفيذية لها.
- تساعد على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى والعمل على تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
- تساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع كما تقلل من سلبيات السياحة.
- تساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط، والتأكيد على إيجابيته.

2- مراحل إعداد خطة التنمية السياحية

- تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمتراطة كالتالي¹:
- إعداد الدراسات الأولية.
- تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.
- جمع المعلومات وإجراء المسموحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.
- تحليل البيانات (المسموحات): وتشتمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسموحات وتولييفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.
- إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه البدائل لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، كذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.
- تنفيذ الخطة بتوصيتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.
- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية العكسية إذا تطلب الأمر ذلك.

¹ جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص43.

والجدير بالذكر أن جمع البيانات وتحليلها يشكّل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية، حيث تحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها: عناصر الجذب السياحي، المرافق والخدمات، وسائل النقل، خدمات ومرافق البنية التحتية. و تتطلب هذه المرحلة الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي¹.

3- معوقات تنفيذ خطة التنمية السياحية: توجد العديد من العوامل التي تحول دون تحقيق تنفيذ خطة التنمية السياحية ويمكن تلخيص هذه العوامل فيما يلي²:

* **معوقات خاصة بالتخطيط السياحي:** ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- غياب قاعدة محكمة للبيانات والإحصائيات السياحية في مختلف البلدان.
- عدم تحديد خريطة دقيقة لمناطق التوسيع والمناطق ذات الأولوية في المجال.
- ندرة البحوث والدراسات العلمية في المجال السياحي.
- نقص الخبراء والمختصين وضعف التأييد الحكومي للقطاع السياحي.

* **انخفاض الوعي السياسي والثقافي:** وترجع أسباب ذلك إلى ما يلي:

- ارتفاع نسبة الأمية بين الشعوب

- عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية السياحية.

- غياب الحملات التحسيسية للتعريف بأهمية النشاط.

* **سوء توجيه الاستثمارات:** ويرجع ذلك إلى نقص خبرة القائمين على تخطيط هذه الاستثمارات من جهة، ومن جهة أخرى سياسات وبرامج الحوافز المقدمة (الجباية والمالية) التي لا يتم تصميمها وفقاً للمتطلبات الحقيقية لخطة التنمية.

هذا الخلل التوجيهي للسياسات يمكن أن يترجم بعدم وجود معايير واضحة للترقية بين المشروعات وفقاً للجدوى الاقتصادية والمنافع الاجتماعية لكل مشروع، ويضاف إلى ذلك عدم كفاءة رؤوس الأموال المخصصة للاستثمار السياحي، وكذا صعوبة الحصول على العقارات، هذا راجع إلى تعقد الإجراءات الإدارية لملفات الاستثمار وتضارب الاختصاصات بين العديد من الوزارات.

¹ صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، "التضخم الاقتصادي و التنمية السياحية"، ط 1، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان-الأردن،

2015، ص73.

² نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص ص 59-61.

* البيروقراطية وفشل الإدارة الفندقية: لقد أسهمت البيروقراطية الإدارية والأنظمة المالية والتجارية وعدم توافر الخدمات والمهارات الإدارية خاصة الفندقية منها إلى حد كبير في تخلف التنمية السياحية بصفة عامة، وزيادة على ذلك فإن العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية لا تواكب التطورات السارية للعصر الحديث لاسيما في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتكفي الإشارة هنا إلى سوء الخدمات الفندقية هي أحد مظاهر أو نتائج البيروقراطية والنقص بشكل عام.

* عدم فعالية التسويق السياحي وغياب الهوية السياحية الخارجية للبلدان: ليست العبرة بما يتوافر لدى الدولة من مقومات وموارد سياحية تميزها مطلقا أو نسبيا، بل الأمر يتوقف على مدى نجاح الدولة وقدرتها على تسويق هذه المقومات داخليا وخارجيا.

* الاستقرار السياحي والأمني والاجتماعي: تتعدد الأزمات في المجال السياحي ولكنها لا تختلف من ناحية التأثير السلبي الكبير في هذا النشاط سواء كانت العلاقات ما بين الدول أو الحروب بكل أنواعها المحلية والإقليمية والعالمية، أي الاستقرار السياسي داخل الدول، ومشاكل الإرهاب، والاضطرابات أو الأزمات الطبيعية ومخلفاتها (الكوارث الطبيعية المفاجئة التي تهدد المواقع والأماكن السياحية والحياة البيئية)، دون أن ننسى الكوارث البشرية التي تنجم عن نشاط الإنسان من تلوث مناخي ناتج عن الصناعة والتوسع العمراني اللامسؤول.

* معوقات أخرى للتنمية السياحية: و تتمثل فيما يلي¹ :

- العوامل الاقتصادية كارتفاع البطالة، مستوى التضخم، ارتفاع الدخل الفردي، العجز الدائم في ميزان المدفوعات، وكذا الانخفاض المستمر في قيمة العملات في أسواق النقد الأجنبي.
- عدم قيام خطط التنمية السياحية في أسس واضحة ومحددة وغياب الرؤية الشاملة والمتواصلة لها إضافة إلى عدم توافرها مع الثقافة التنظيمية للمجتمعات وعاداتهم.
- تراجع الخدمات المصرفية في البنوك والافتقار إلى مهارات التعامل والتحكم في اللغات.
- انخفاض القدرة التنافسية للصناعات المحلية في الأسواق العالمية، وعدم الاهتمام بالموثوث الثقافي للبلدان.
- عدم وجود أساليب علمية متقدمة لتقييم الأثر البيئي لكافة المشاريع السياحية قبل الشروع في تنفيذها وتحديد البدائل الممكنة.
- تدني مستوى الخدمات المرافقة، الاتصال، النقل... الخ، وعدم الاهتمام باستيفاء النظافة في المحيطات والأحياء يؤثر على الصورة السياحية للموقع.

¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1985، ص58

4- وسائل الحد من معوقات التنمية السياحية

على ضوء المعوقات السابقة سنحاول استخلاص أهم الوسائل التي تساهم في الحد من عراقيل التنمية السياحية والنهوض بها عموما في ¹:

* **تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة والفندقة:** يعتبر الاستثمار من أهم عوامل التنمية السياحية سواء كان هذا الاستثمار محليا أو أجنبيا، لذلك لا بد من وضع منظومة من التحفيزات الجبائية والقانونية والتسهيلات الجمركية بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجها المشروع السياحي، بالإضافة إلى تقديم القروض الطويلة الأجل لشركات الاستثمار السياحي، وزيادة الإنفاق الحكومي المخصص لمشاريع البنى التحتية، والحرص على ضمان استمرارية هذه الاعتمادات المالية وعدم توافقها عند موازنات محددة.

* **تطوير الموارد البشرية:** على اعتبار أن النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري فهو يستدعي تأهيل وتكوين مستمر للموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، لذلك يجب الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات السياحية والاستفادة من الخبرات الدولية في هذا المجال، وأيضا تشجيع الإبداع والابتكار والمبادرة الحرة.

* **تطوير قطاع النقل:** يعتبر من مكونات المنتج السياحي، وهو يتوافق مع خصائص السياحة التي تستدعي تنقل السائح إلى مكان تواجد المنتج السياحي، حيث أن الخدمات السياحية لا ترسل ولا تنقب، لذلك يجب العمل على توفير خدمات النقل بمختلف أنواعه، وتنظيمه من حيث الاستغلال والأمن.

* **تبسيط إجراءات الدخول والإجراءات الجمركية:** ما دامت السياحة تستدعي حضور الزبون المستفيد(السائح)، فيجب العمل على تسهيل إجراءات الدخول، والحصول على التأشيرة، وإمكانية إصدارها في النقاط الحدودية البرية والبحرية والجوية، لأن صعوبة الحصول على التأشيرة تؤدي بالسائح للبحث عن وجهة سياحية أخرى، بالإضافة إلى تسهيل وتبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السائح.

* **تنشيط وترقية السياحة:** هذه الترقية لا تتم إلا إذا كانت في إطار شراكة متكافئة ما بين القطاعين العام والخاص وتعمل على الاهتمام الكافي بالنشاط السياحي من خلال:

- إعطاء الفعاليات الثقافية والشعبية المحلية بعدا سياحيا ودينيا، إقليميا وعالميا؛
- تحقيق المشاركة النشيطة للسكان المحليين في التنمية وتفعيل السياحة الداخلية؛

¹ Samir grimes, **stratégie de développement du tourisme durable**, rapport cofinancé par le programme life-pays tiers de la commission européenne, agence national de développement du tourisme, alger, 2006,p12.

- إقامة المهرجانات الثقافية، الرياضية، الفنية وإقامة المسابقات الدولية، المعارض والتظاهرات التجارية الدولية؛

- وضع الخطط الإعلامية المستحقة المرنة والواقعية وتنظيم حملات إعلامية مستمرة ومتابعت دورية¹.

* **تشريع قانوني سياحي:** يعتبر التشريع الإطار العام المنظم لأي نشاط، وعلى باقي غرار الأنشطة يحتاج النشاط السياحي إلى قانون واضح منظم، يحمي السائح والمواطن من الغش والخدع والاستغلال لذلك يجب إصدار تشريعات سياحية قانونية تنظم العمل والنشاط السياحي.

* **تطوير وسائل السلامة والأمن:** لضمان تدفق سياحي مشجع يجب توفير كل الشروط الأمنية للسياحة وتوفير الأمن الداخلي بصورة دائمة ومحلية.

* **تحسين وتوسيع الخدمات السياحية:** لتنمية السياحة يجب على الدولة السياحية أن تعمل على توسيع هيكل الخدمات السياحية من وسائل الإقامة إلى وسائل النقل إلى وسائل وهياكل الاستقبال، كالمطارات والموانئ التي يجب العمل على زيادة طاقتها الاستيعابية بمختلف الخدمات الضرورية للسياح على اعتبار أنها أول نقطة يصادفها السائح، وتعطي الانطباع الأول عن البلد الذي يزوره، هذا بالإضافة إلى التركيز على تكامل مشروعات الخدمات السياحية في المركز الواحد وتنوع المغريات السياحية من ضمان استجابتها للجودة المطلوبة.

* **نشر الوعي السياحي:** يجب على الدولة السياحية أن تعمل على تثقيف السياح عن طريق الإعلام والترويج، من خلال إصدار النشرات والكتابات، والخرائط السياحية وتوزيعها على السياح أثناء دخوله معبر المطارات، الموانئ والحدود البرية مجاناً، يجب كذلك تثقيف العاملين بالسياحة عن طريق عقد دورات تثقيفية، لكسب معارف وتقنيات جديدة والاطلاع على تجارب الدول المنافسة، والدول المتقدمة سياحياً، بالإضافة إلى تثقيف مواطني البلد وتحسيسهم بمدى أهمية السياحة في تطوير البلد، واستفادة مواطني البلد منها.

* **القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة:** من بين أهداف التنمية السياحية هو الحصول على إيرادات بالعملة الصعبة، والتي تمر عبر القنوات الرسمية أي الجهاز المصرفي، فانتشار السوق الموازية للعملة ليس من مصلحة الدولة ويؤدي إلى إضعاف القيمة الحقيقية للسياحة وكذلك يؤدي إلى ضعف ثقة السائح بالبلد، لذلك يجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصورة قانونية وواضحة لغرض القضاء على السوق السوداء التي تهدم الاقتصاد الوطني².

¹ إلياس سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2002، ص154

² فليح حسن خلف، التنمية والتخطيط السياسي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص98

4- عوامل نجاح خطة التنمية السياحية: من أجل الوصول إلى تنمية سياحية ناجحة يجب مراعاة عدة اعتبارات، من أهمها ما يلي¹:

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاجه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- المحافظة على حقيقة المواقع الأثرية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- إجراء دراسات شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية السياحية المقترحة، وفيما إذا كان الاستثمار سيدر أرباحاً أم لا.
- دعم الدولة للقطاع السياحي مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
- تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث ظرف معين.
- دراسة السوق السياحية المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين، وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات خاصة المناسبة منها لدوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً هاماً في تطوير التنمية السياحية، وفي حين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

المطلب الثاني: الإستثمار في قطاع السياحة و دوره في التنمية الاقتصادية

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الكلية، من خلال اعتباره مصدراً مهماً للدخل بصفة عامة، ومورداً مهماً من موارد العملة الصعبة بصفة خاصة، كما يعد عنصراً مؤثراً في تنشيط الاستثمار، وخلق فرص عمل جديدة، والمساهمة في الناتج المحلي، وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم، إضافة إلى تنشيط قطاعات اقتصادية أخرى وتفعيل التنمية الاقتصادية على وجه العموم، ومن هنا تنبع الأهمية الكبيرة التي أولتها بعض الدول خاصة الغير بتروية منها لتطوير القطاع السياحي.

¹ قدور بن نافلة، عاشور مزريق، التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والناجحة على السواء، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09، 10 مارس 2010، ص 7.

أولاً: أثر السياحة على المتغيرات الاقتصادية الكلية

إحتل القطاع السياحي مكانة هامة ضمن السياسة الاقتصادية للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء حيث تشكل عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج الداخلي الخام، وتعود أسباب الاهتمام بهذا القطاع في مختلف دول العالم للآثار الاقتصادية التالية:

1- الآثار الاقتصادية المباشرة

1-1- أثر السياحة على العملات الأجنبية وتحسين ميزان المدفوعات: يقصد بميزان المدفوعات لبلد ما ذلك السجل الذي يوضع قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد وبقية العالم خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة، والسياحة تمثل جزء من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانها ضمن مختلف الصادرات غير المنظورة كالملاحة والتأمين والمعاملات المصرفية ويؤثر الدخل السياحي على الميزان التجاري تأثيراً مباشراً¹، حيث تأثر حركة السياحة على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة المضيفة، كما تؤثر الحركة السياحية على جانب المدفوعات عن طريق تحويلات المواطنين إلى الخارج بغرض السياحة، وذلك فضلاً عما يستورده قطاع السياحة من الخارج، من سلع في شكل صناعات غذائية وأثاث ومفروشات.

كما تهدف أغلب السياحة إلى الحصول على نصيب متزايد من الطلب السياحي والعالمي من أجل تحقيق فائض من العملات الأجنبية تستعين بها في تمويل احتياجاتها من النقد الأجنبي لسداد مدفوعاتها الخارجية.²

إذ تعرف صادرات السياحة بأنها: إنفاق السائح الأجنبي في البلد المضيف يأخذ هذا الإنفاق صور متعددة أهمها:

- الإقامة في الفنادق.
- استخدام وسائل النقل الجوي، البحري، والبري.
- الإنفاق الاستهلاكي الضروري للحياة.
- رسوم التأشيرات المفروضة على السياح.
- رسوم الهبوط والمغادرة الموانئ والمطارات التي تحصل من الشركات.

¹ عبد القادر بودي، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 52.

² أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2008، ص 348.

- الإنفاق اليومي للسياح مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب وعلى السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.¹

ولقياس مساهمة السياحة في تحسين ميزان المدفوعات يجب أن نقوم بحساب الميزان السياحي، وهو: "المتثل في الفرق بين الإيرادات السياحية ونفقات المقيمين على السياحة في الخارج"، فمثلا الولاية المتحدة الأمريكية تحصل إيرادات سياحية لسنة 2015 تقدر بـ 204.5 مليار دولار، وتقدر تحويلات المقيمين للسياحة في الخارج بمجموع إنفاقات سياحية بـ 112.9 مليار دولار، وبحساب الفرق بينهما نجد أن نتيجة الميزان السياحي تقدر بـ 91.6 مليار دولار وهي نتيجة ايجابية جدا تحسن كثيرا من ميزان المدفوعات.

1-2- أثر السياحة على التشغيل: إن القطاع السياحي كثيف التشابك والترابط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية فهي توظف أكثر من أربع مرات بالنسبة لصناعة السيارات وعشر مرات قطاع البناء، فمثلا فندق بـ 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و 10 عمال موسميين و 10 عمال مؤقتين، والمجموعة يكون 12 منصب عمل دائم مباشرة يضاف لها مناصب العمل غير المباشرة.² وفيما يلي لمحة عن مساهمة قطاعي السياحة والسفر في خلق وتوليد مناصب العمل، حيث ينمو الرقم من عام إلى آخر.

الجدول رقم (01): تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر في العالم خلال الفترة (2006-2016)

الوحدة= مليون منصب عمل

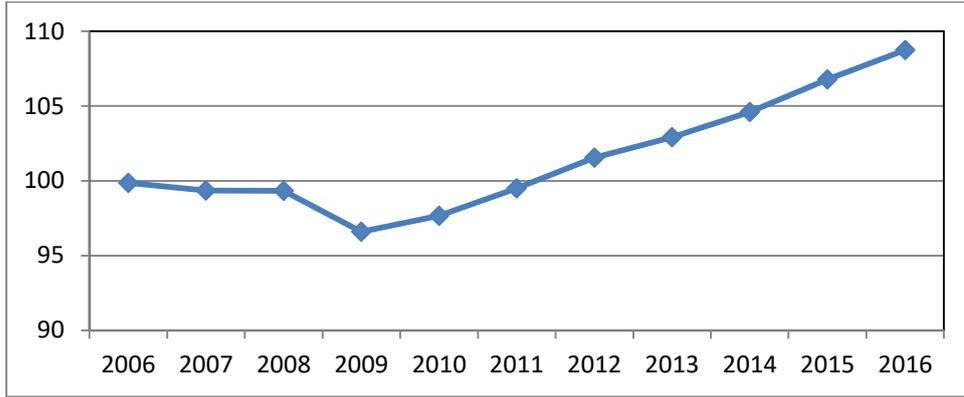
السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد مناصب الشغل	99.86	99.35	99.32	96.6	97.66	99.5	101.55	102.91	104.61	106.79	108.74

source : World Travel & Tourism Council, www.wttc.org/datagetway consulté le : 15/04/2017.

¹ محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007، ص 24.

⁽²⁾ Jean Michel Hoerner, géographie de l'industrie touristique, ellipses, paris, 1997, p 40.

الشكل رقم(01): تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم(01).

نلاحظ من خلال الشكل والجدول أن السياحة تساهم بشكل كبير في خلق مناصب العمل حيث تطورت من سنة 2006 بحوالي 99 مليون منصب عمل إلى سنة 2016 بحوالي 108 مليون منصب عمل مع وجود بعض التذبذبات الطفيفة، ولكن الأکید أن السياحة هي القطاع الأكبر من حيث نسبة التشغيل، وبحسب المجلس العالمي للسياحة والسفر قطاع السياحة لديه منصب عمل من كل 11 منصب عمل في جميع القطاعات وهي نسبة كبيرة مقارنة بالقطاعات الأخرى.

1-3- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل

توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموما على الشواطئ في الجبال، الريف، الصحراء، أماكن الآثار البعيدة، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها للعرمان (المدن) ويعيش أغلب أهل هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة، تربية المواشي، وبعض الصناعات الحرفية مما يؤدي إلى ضعف المستوى الاقتصادي والمعيشي للسكان.¹

فيما يمكن للسياحة ومقوماتها الخاصة وآثارها الاقتصادية الرافعة أن تصبح موردا مهما لأهل هذه المناطق من خلال تنمية سياحية لهذه المناطق التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة، وبالتالي مداخل جديدة، فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركيزه في المراكز الحضرية الرئيسية، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق والأرباح والمداخل المحققة لمالكي المشاريع وحتى منتجي السلع والتجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المناطق السياحية كما ينتج عن ذلك الحد من النزوح الريفي الناتج من جراء البطالة.²

¹ عبد القادر بودي، مرجع سابق، ص 54.

² زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة-دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2012، ص 26.

1-4- أثر السياحة على الإنفاق

يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمات الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفنادق، هذا الإنفاق يمثل انتقال الأموال من السياح إلى أصحاب المؤسسات الفندقية، ويتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات، وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء وتحديد تجهيزات الأزمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يمولونهم بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة.¹

وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي لخدمات النقل بكل أنواعها، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية، وزيادة الاستثمار، كما أن الخزينة العمومية للدولة تستفيد من رسوم التأشيرات، الضرائب على الأرباح الصناعية والتجارية، الضرائب على الدخل، رسوم الترخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة.

وتجدر الإشارة إلى أن حجم الحركة السياحية يتوقف على الجهود التي تبذلها الدولة السياحية، لاجتذاب أكبر قدر ممكن من السياح، ومن أبرز هذه الجهود هو إظهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق حملات التسويق، الترويج والدعاية التي تقوم بها.²

1-5- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار

يؤدي رواج صناعة السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع والخدمات المتاحة في المنطقة، فالمنتجات والسلع المعروضة في أسواق المنطقة السياحية تصل أسعارها إلى الارتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها وخاصة أن تجارة التجزئة يسعون إلى تحقيق هامش ربح كبير أثناء فترات الدورة التي تتخلل الموسم السياحي لتعويض انخفاض حصيلة المبيعات خلال باقي أشهر السنة، ويعاني من مثل هذه الأسعار المرتفعة السكان المحليين للمنطقة السياحية، وتنطبق نفس الحقيقة على سيارات الأجرة ووسائل النقل التقليدية وإيجار المساكن

¹ نوال دما، الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2010، ص 22.

² زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراجية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 24.

والمحلات وخاصة ذات الموقع المتميز، وكذلك بالنسبة للأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياحية.¹

1-6- أثر السياحة على زيادة القيمة المضافة والنتاج القومي

يقصد بالقيمة المضافة الفرق بين المنتج، وبين مستلزمات الإنتاج التي استخدم في هذا المنتج. والمنتج السياحي يعادل الإيرادات الناتجة عن استخدام السائح لجميع الخدمات مثل الإقامة في الفنادق والقرى السياحية وبيوت الشباب والشقق المفروشة، كما تشمل الإيرادات المحققة من الإرشاد السياحي ومن وسائل النقل التي يستخدمها السائقون الأجانب.²

أما مستلزمات الإنتاج للقطاع السياحي، فهي تشمل جميع النفقات التي أنفقت على قطاع السياحة مثل النفقات التي أنفقت على الفنادق، والشقق المفروشة، والقرى السياحية حتى أصبحت خدمة تؤدي دورها بنجاح، كما أن الأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت والمشاريع السياحية، والأرباح والدخول التي تتحقق لملاك المشاريع والتدفقات المالية الأخرى، وإنشاء المشروعات الجديدة الخاصة بإنتاج المستلزمات السلعية والخدمات المختلفة للفنادق، كما أن النجاح في تحقيق درجة عالية من التكامل على مستوى القطاع السياحي أو بينه وبين القطاعات الاقتصادية الأخرى، على أن يؤدي إلى زيادة القيمة المضافة والنتاج القومي للدولة.³

هذا وتساهم السياحة بشكل كبير في الناتج الإجمالي العالمي والجدول التالي يوضح ذلك أكثر:

الجدول رقم (02): تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي

خلال الفترة (2006-2016)

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي (%)	10.11	10.01	9.89	9.68	9.32	9.49	9.54	9.68	9.89	10.11	10.18

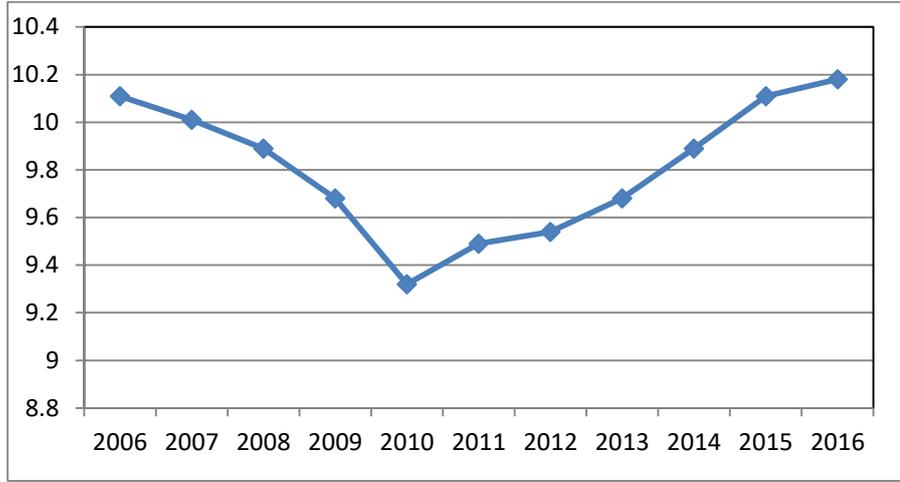
source: World Travel & Tourism Council, www.wttc.org/datagateway, consulté le : 15/04/2017.

¹ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص 106.

² أحمد عبد السميع علام، مرجع سبق ذكره، ص 351.

³ عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية- بين النظرية والتطبيق-، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص 31.

الشكل رقم (02): تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة و السفر في الناتج الإجمالي العالمي خلال الفترة (2006 – 2016).



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم(02).

نلاحظ من الشكل انخفاض نسبة مساهمة السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي من سنة 2006 إلى سنة 2010 وذلك بسبب الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 وتداعياتها السلبية على كل القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع السياحة والسفر بالإضافة إلى انتشار مرض أنفلونزا الخنازير H1N1 في العالم الذي أثر بشكل كبير على حجم الحركة السياحية الدولية، عاودت الارتفاع بداية من سنة 2011 إلى غاية 2016 إلى حدود 10% وهي نسبة جيدة لقطاعي السياحة والسفر.

2- الآثار الاقتصادية غير مباشرة

2-1- أثر السياحة على المضاعف

إن الفكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السياح في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة ودفع المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة.¹

إلا أن الدخل الأولي غالبا ينقسم إلى شريحتين، الأولى تخرج نهائيا من مجرى التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صور استيراد السلع اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية أو كأرباح للمستثمرين الأجانب، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى داخل الاقتصاد ويتكرر الإنفاق عدة مرات ولذلك يسمى مضاعف

¹ سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، ط1، عمان، 2001، ص 61.

الإنفاق، وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل خمس مرات، في حين يكون في الدول النامية من 1.2 إلى 2، ويرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدولة السياحية التكامل في قطاعاتها قل التسرب وارتفع أثر المضاعف.¹

2-2- أثر السياحة على تنشيط حركة المبيعات لبعض السلع

أبرزت بعض الأبحاث والدراسات السياحية التي قامت بها المنظمة العالمية للسياحة أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانياتهم السياحية وهو حوالي الثلث لإنفاقها على المشتريات في الدولة التي يزورونها ليس لشراء الهدايا والتذكارات السياحية فقط، بل شراء بعض المنتجات المحلية التي يجدها مناسبة.²

ولا شك أن إقبال السائح على شراء تلك السلع يؤدي إلى زيادة الطلب عليها، وبالتالي ارتفاع أسعارها في موسم السياحة وتزداد السوق بتلك السلع، بل يشجع منتجين آخرين إلى الدخول في سوق المنافسة لزيادة الطلب بصورة كبيرة لعدم مرونة الطلب على مثل هذه السلع، فيقبل السائح على شرائها مهما ارتفعت أسعارها.³

2-3- أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي

على اعتبار السياحة صناعة مركبة تضم وترتبط تنميتها بالعديد من النشاطات الاقتصادية، والتي تساهم في تنشيط السياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فإن القطاع السياحي يعتبر قطاع هام يساهم في جلب وتنمية الاستثمارات، وذلك بتوفير مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المراكز الرياضية، المطاعم، وكالات السفر، الفنادق، وسائل النقل وغيرها، وكل هذه المجالات تتطلب استثمارات إضافية إلى الاستثمارات في المشاريع الكبرى، كتهيئة المناطق السياحية وتطويرها سواء عن طريق المستثمرين المحليين أو الأجانب، وهذا ما تسعى إليه الدول باتخاذ إجراءات تحفيزية عديدة لتسهيل الاستثمار الوطني والأجنبي على حد سواء لتنمية وتطوير القطاع السياحي.⁴

¹ صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة والنشر، ط1، دمشق، 2002، ص 206.

² خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 87.

³ أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص 357.

⁴ زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص 27.

2-4- نقل التقنيات التكنولوجية

التقنية سوق احتكاري ليس من السهل شراءه واكتسابه، والشركات التي تستثمر في الخارج يفترض أنها تمتلك قدرات فنية غير متاحة للآخرين. و على المستوى السياحي يمكن أن يدفع وجود الشركات الأجنبية وخصوصا في مجال التسويق، وإنتاج الخدمات السياحية الى نقل التكنولوجيا حتى تستطيع الاستثمار في السوق.¹

إذ تعتبر عملية التكنولوجيا خاصة عن طريق الشركات الأجنبية من أحد الموضوعات المثيرة للجدل ويدور هذا الجدل حول عدة المحاور رئيسية مثل:

- مدى ملائمة المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغيرات البيئية داخل الدولة.
- مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة المختلفة للإنتاج.
- طرق تقديم وتسويق المنتج ومدى ملائمته مع المعتقدات، والقيم الثقافية، والخدمات المرفقة.
- التكلفة التكنولوجية والآثار المرتقبة على العمالة.

ويمكن القول أن السماح للشركات الدولية بالدخول في المشروعات الاستثمارية السياحية يمكن أن يحقق درجة التقدم التكنولوجي ، لأنه إذا نظرنا إلى اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة وبالأخص الفنادق فهي يد عاملة غير مكونة في أغلبها تكويننا عاليا في تقنيات السياحة، ويمكن أن تستفيد الجزائر من خلال الشركات الأجنبية المستثمرة في العديد من الطرق أهمها:

- نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية.
 - إدخال تجهيزات(آلات ومعدات) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة إلى الخدمات المرفقة المختلفة.
 - تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة.
 - القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.
- وهناك عدد آخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الأجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار و المنافسة في سوق الخدمة.²

¹ يحي سعيدي، سليم العمراوي، قطاع السياحة ورهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة ورهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 24 و 25 أبريل 2012، ص 07.

² نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، 1985، ص 98.

2-5- أثر السياحة على الاستثمار في البنى التحتية

تؤدي التنمية في قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنية التحتية المتمثلة في المطارات والطرق، الموانئ، المتاحف، المراكز الطبيعية وغيرها مما يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء، وكذا خلق مناصب شغل جديدة.

ثانياً: تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم

يقصد بالإقليم "الرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها منتج سياحي مميز أو خليط معقد من المنتجات لإشباع حاجات ورغبات السياح".¹

في حالة إنشاء الدولة وتوزيع المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية أو مملوكة للدولة أو أجنبية في الأقاليم المختلفة (خاصة المتخلفة حضريا) فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذا الإقليم.

أي أن ذلك يؤدي إلى خلق فرص عمل، وتحسين مستوى المعيشة وتطوير استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، وتنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة، وإعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية والريفية... الخ، وإضافة إلى ذلك إحداث منافع اقتصادية للأقاليم في الدولة والتي تساهم في تحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم في الدولة وحل الكثير من المشكلات فيها.²

و يعمل الاستثمار في قطاع السياحة على جلب المشاريع التنموية إلى الأقاليم الريفية والنائية، وتتجلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على تنمية الأقاليم الريفية والنائية بما يلي:³

- إقامة منشآت سياحية مختلفة في هذه الأقاليم، هذا يعني وصول أحد أنواع التنمية إليها.
- إن طبيعة التشابك القطاعي المكثف للنشاط السياحي ومساهمة العديد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع السياحي، سوف يعمل على خلق العديد من الصناعات والخدمات التكميلية في هذه الأقاليم، لتجهيز السياحة بمستلزمات الإنتاج.
- كما تعمل على بعض الصناعات الحرفية والفلكلورية في هذه الأقاليم.
- إقامة مثل هذه المشاريع السياحية وغير السياحية تتطلب بالضرورة إقامة العديد من مشاريع البنى التحتية المتمثلة بالماء والكهرباء... الخ.

¹ معروف هوشيار، تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضري، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 36.

² زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

³ مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة و السفر، مرجع سابق، ص 124، 125.

- كما تتطلب إقامة هذه المشاريع المزيد من القوى العاملة، وتوفير الخدمات التعليمية والصحية والأسواق... الخ.

ثالثا. خلق و تنمية علاقات بين القطاعات الاقتصادية و القطاع السياحي

إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك تطوير المشروعات الحالية بإمكانه أن يؤدي إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى و قطاع السياحة أو على مستوى قطاع السياحة في حد ذاته، فالتوسع في إنشاء المشروعات السياحية يساعد على:

- توسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة في عدد السياح.

- زيادة الطلب على الموارد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات.

- زيادة في الطلب على الأسرة و ملحقاتها.

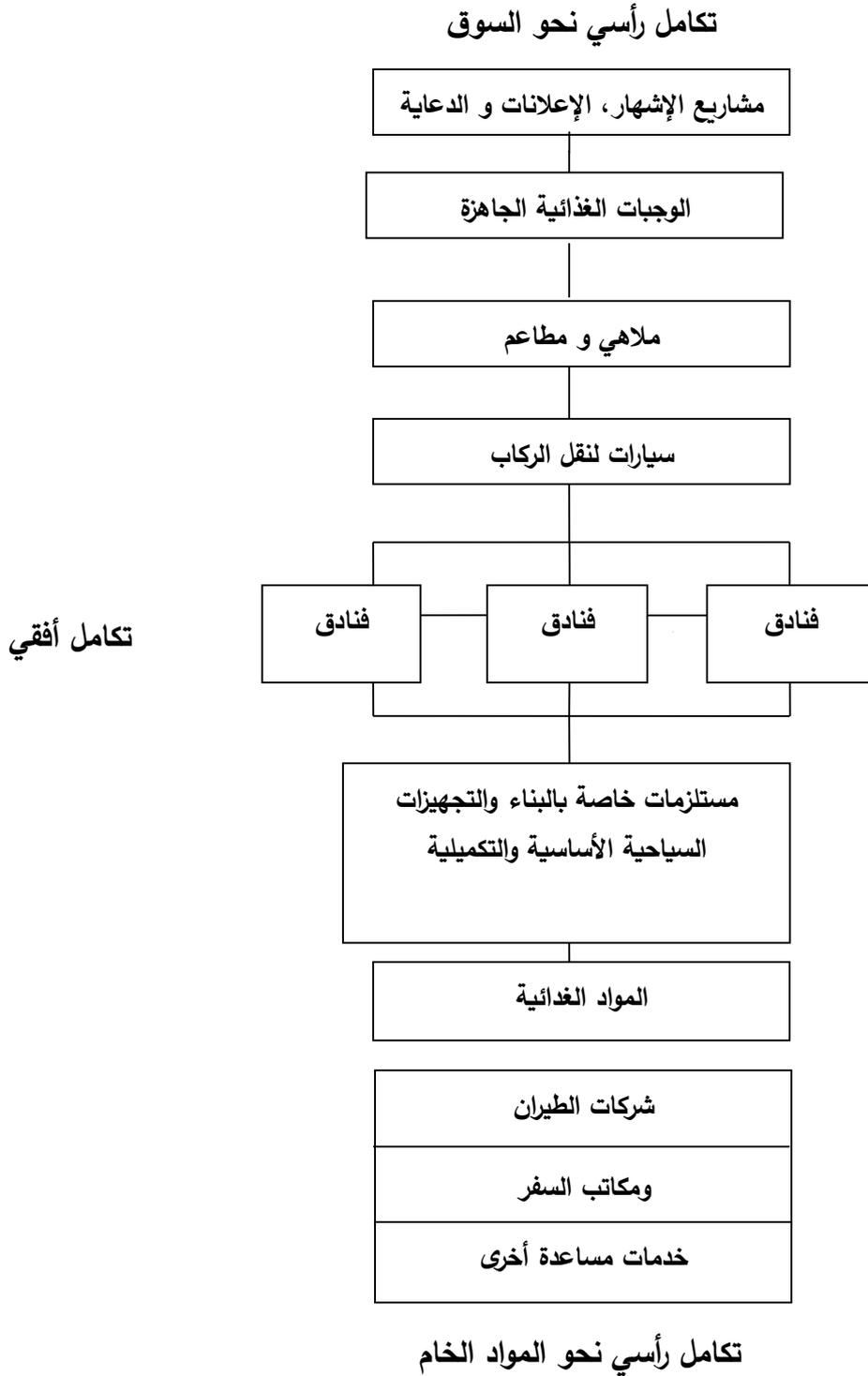
كل هذا من شأنه أن يؤدي إلى دخول موردين جدد أولا لإنشاء مشروعات جديدة لتزويد الفنادق بمثل هذه المستلزمات أو توسع أنشطة وحجم الأعمال الخاصة بالموردين الحاليين.¹

إن تكامل القطاعات الاقتصادية بين المشروعات السياحية والأنشطة الاقتصادية الداخلية والخدمات الأخرى، لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية والاجتماعية المتوقعة لتطور النشاط السياحي وتنمية في خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين القطاعات الاقتصادية الأخرى.² والمخطط التالي يوضح لنا هذا التكامل:

¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 26.

² زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص 28، 29.

الشكل رقم (03): خلق وتنمية العلاقة بين القطاعات الاقتصادية و الخدمات وقطاع السياحة.



المصدر: عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 28.

وتندرج عدة منافع من علاقات التكامل التي تنتج بين مختلف المشروعات السياحية والأنشطة

الاقتصادية الداخلية والخدمات الأخرى، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- خلق فرص عمل جديدة.
 - تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها في مشروعات جديدة.
 - ارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات السياحية والجبائية مما يمكنها من خلق فرص جديدة.
 - تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي كالنقل بمختلف أنواعه والإطعام والصناعات الغذائية وقطاع الفلاحة.
 - زيادة قدرة الحكومة على خلق فرص عمل جديدة عن طريق إنشاء مشاريع اقتصادية جديدة.¹
- كما لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطوير النشاط السياحي في زيادة مجالات التعاون بتطوير العلاقات بين القطاعات الأخرى، والتي ينجم عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية، وتنويع استخداماتها واستغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها، مما يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسيع وزيادة الضرائب مما يساهم في إعادة توزيع الدخل بين كافة أفراد المجتمع وتنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي.²
- لكن من أجل تحقيق هذه المزايا لا بد من وضع جملة من الضوابط خاصة فيما يخص الاستيراد فإذا كانت قوانين الدولة لا تتحكم بدرجة كبيرة في عملية الاستيراد مع عدم وجود رقابة على نفس العملية، فإنه سوف يكون ميال من المشروعات السياحية لاستيراد المستلزمات الخاصة بالخدمات والتجهيزات الأساسية والتكميلية بدلا من شرائها من الداخل، كما أن تحقيق التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية والخدمية الأخرى مبني على:
- مدى قدرة هذه الأخيرة على تلبية حاجيات القطاع السياحي من الناحية الكمية والنوعية وكذلك التوقيت، فأى خلل في هذه المعايير الثلاثة قد يدفع القطاع السياحي إلى الاستيراد؛
 - في حالة وجود شركات أجنبية تعمل في قطاع السياحة فلا بد أن يؤدي هذا إلى خلق المشاريع السياحية الوطنية، وتشجيع استثمار رأس المال الوطني.³

¹ زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص 29.

² يحيى السعيدى، سليم العمرأوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد السادس والثلاثون، بغداد، 2013، ص 102.

³ الويزة فويدر، اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010، ص 254.

المطلب الثالث: تطور المكانة التنموية للإستثمار في قطاع السياحة

مثلت السياحة أحد أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في القرن الحادي والعشرين، حيث أصبح القطاع السياحي بوصفه قطاعاً إنتاجياً يحتل موقعاً مهماً في اقتصاديات اليوم، كما يعد من أسرع القطاعات الاقتصادية من حيث النمو المطرد، ولا يمكن الحديث عن النمو السريع الذي يشهده النشاط السياحي العالمي والذي يفوق في كثير من الأحيان نمو تجارة السلع دون الاستشهاد بالإحصائيات والأرقام، فحسب تقارير منظمة السياحة العالمية فإن السياحة الدولية أصبحت تشكل ما نسبته 7% من إجمالي الصادرات العالمية و 30% من صادرات الخدمات. أما عدد السياح الدوليين فقد فاق مليار و نصف عام 2019، يضاها هذا النمو زيادة معتبرة في الإيرادات السياحية الدولية التي قفزت إلى أكثر من بليون مليار دولار كنتيجة لزيادة حجم الإستثمارات السياحية لأغلب دول العالم سواء النامية أو المتقدمة في هذا القطاع الذي أصبح يحتل مكانة تنموية ذات أولوية في اقتصادياتها نتيجة الأرقام التي حققها و التي جعلت منه قطاعا ذو مؤشرات تنافسية عالية، فالنتائج التي حققتها السياحة العالمية من تطور ونمو على الصعيدين البشري والنقدي، جعلت الدول تسعى وراء هذا النمو لتحظى بأكبر قدر منه، و فيما يلي نستعرض تطور أهم هذه المؤشرات التي جعلت من الدول تعطي أهمية بالغة لتطوير هذا القطاع و الإستثمار فيه:

أولاً- تطور الطلب السياحي:

يعتبر الطلب السياحي كـرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية ثم تتحول هذه الرغبة إلى تصرف مادي في شكل انتقال وسفر الشخص من مكان إقامته المعتادة إلى الجهة التي يقصدها لإشباع تلك الرغبة، والطلب السياحي ينشأ نتيجة دوافع نفسية وروحانية لدى الشخص اتجاه منطقة معينة، والذي يتأثر بعدد من العوامل منها: ارتفاع مستويات المعيشة، تحسين ظروف العمل على المستوى العالمي وما نتج عنها من استفادة القوى العاملة بالعطل وأوقات الفراغ، التطورات التكنولوجية في وسائل النقل والاتصال، وعوامل أخرى ساهمت في نمو الطلب السياحي العالمي، مما فتح مجالات واسعة للتنقل والسفر وانعكاس ذلك على نمو الحركة السياحية الدولية في العالم.¹ و الجدول الموالي يوضح عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2006-2019)

¹ محمد يسري دعبس، التربية السياحية والتنمية الشاملة، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص57.

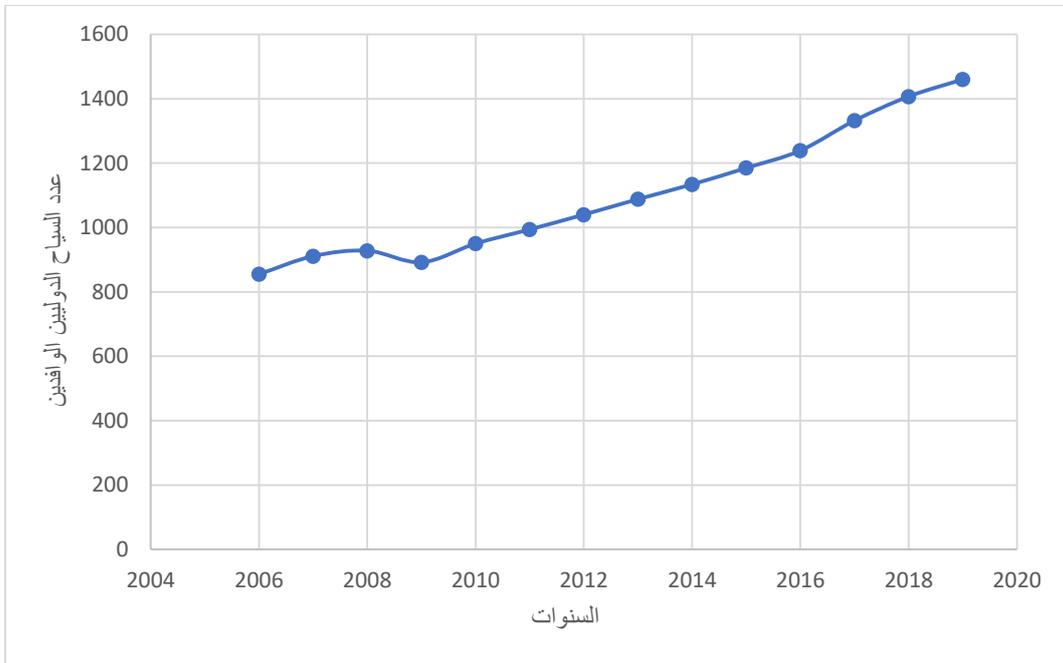
الجدول رقم (03): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2006-2019)

الوحدة= مليون سائح

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد السياح الدوليين الوافدين	855	911	928	892	950	994	1040	1088	1134	1185	1239	1332	1407	1460

source : UNWTO, Faits Saillants OMT du tourisme, édition 2019, p6.

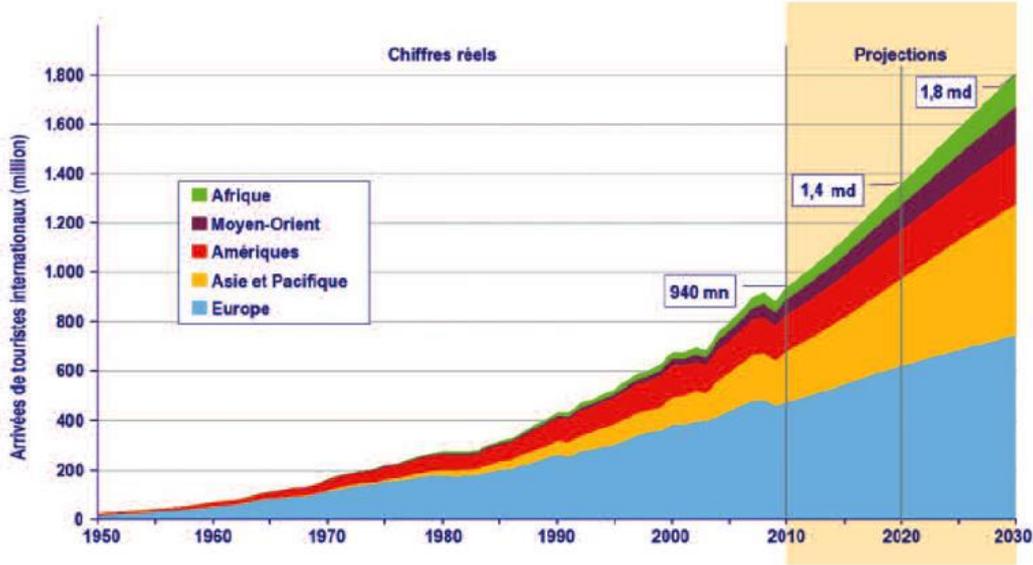
الشكل رقم (04): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2006-2019)



المصدر من إعداد الباحث بناء على أرقام الجدول رقم (03)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (04) أنه يوجد تطور في حركة السياحة الدولية والتوافد الدولي للسياح من سنة 2006 أين كانت بـ 855 مليون سائح إلى سنة 2019 الذي قدر عدد السياح الدوليين الوافدين خلالها بمليار و 460 مليون سائح، مع وجود بعض التذبذبات خاصة سنة 2009 فنلاحظ بانخفاض بنسبة 3.9%- مقارنة بسنة 2008 وهذا بسبب تداعيات الأزمة المالية العالمية لسنة 2008، وتفاقم الركود وانتشار مرض الأنفلونزا عبر العديد من الدول السياحية في العالم. لكن سرعان ما تعافت السياحة الدولية لتواصل نموها مع توقعات المنظمة العالمية للسياحة أن يفوق العدد 1800 مليون سائح في مطلع 2030. و الشكل الموالي يوضح توقعات المنظمة في هذا الخصوص:

الشكل رقم (05): تطورات منظمة السياحة العالمية للسياحة المستقبلية آفاق 2030 .



Source: Faits saillants OMT du tourisme. édition 2014. p14.

هذا وتختلف حصيلة الأقاليم من السياحة الدولية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(04): توزيع عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الأقاليم لسنة 2019

الوحدة=مليون سائح

الأقاليم	أوروبا	آسيا والباسيفيك	أمريكا	إفريقيا	الشرق الأوسط
إجمالي السياح الوافدين	744.6	350.4	219	73	58.4
النسبة المئوية من إجمالي حركة السياح الدوليين الوافدين	51%	24%	15%	5%	4%

source : UNWTO, Op.cit. p 2.

نلاحظ من الجدول أن الطلب السياحي يتوزع على الأقاليم بنسب متفاوتة، حيث نجد أوروبا في صدارة الأقاليم الدولية من حيث الطلب السياحي عليها بنسبة 51% من حجم الطلب السياحي الدولي، وتليها آسيا والباسيفيك بـ 24%، ثم الأمريكيتين بـ 15%، وفي الأخير نجد إفريقيا بـ 5%، والشرق الأوسط بـ 4%¹ و ليس بالجديد على أوروبا اكتساحها الحصة الأكبر من السوق السياحي العالمي، و يعزى ذلك إلى المقومات التي تتمتع بها بالإضافة إلى التكتلات بين شركات النقل ووكالات

¹ world travel tourism council., **travel tourism economic impact 2019 world**. London SE1 0HR, United Kingdom: world travel tourism council, juin 2021, p 01.

السفر التي تعرض أسعارا وبرامج تنافسية عبر العالم وهذا في إطار تنامي السياحة البينية بين الدول الأوروبية مع تزايد الوعي السياحي لدى الأوروبيين، ناهيك عن التطور الرهيب الذي تعيشه أوروبا في المجال التكنولوجي والاتصالات والبنى التحتية والمواصلات، كل هذا جعلها القبلة الأولى للسياح عبر العالم. هذا و توجد بلدان رائدة في حجم الطلب السياحي عليها.

الجدول رقم(05): الدول العشر الأولى عالميا من حيث الطلب السياحي عليها لسنة 2019

الوحدة= مليون سائح

عدد السياح الدوليين الوافدين	الدول
89	1- فرنسا
84	2- إسبانيا
79	3- الولايات المتحدة الأمريكية
66	4- الصين
65	5- إيطاليا
51	6- تركيا
45	7- المكسيك
40	8- ألمانيا
40	9- تايلاند
39	10- المملكة المتحدة

Source: UNWTO; International Tourism Highlights; 2020 Edition; p03.

نلاحظ من الجدول أن فرنسا تتربع على عرش الدول من حيث الطلب السياحي عليها بـ 89 مليون سائح سنويا سنة 2019، تليها إسبانيا بـ 84 مليون سائح فالولايات المتحدة الأمريكية بـ 79 مليون سائح ثم الصين بـ 66,9 مليون سائح، ونلاحظ أيضا تواجد 6 دول أوروبية في العشر الدول الأولى عالميا من حيث التوافد السياحي وهذا ما يؤكد الجاذبية السياحية الكبيرة للدول الأوروبية. و مكانة القطاع السياحي ضمن اقتصاديات هذه الدول. و يعود سر التدفقات السياحية المرتفعة في قارة أوروبا إلى الموقع الاستراتيجي الهام، حيث تتوسط مناطق العالم مما يجعلها قريبة من كل المناطق وتتوفر على العديد من المنافذ والطرق البحرية وتتميز أوروبا بتنوع الم واقع السياح الثقافية التاريخية، الترفيهية، الرياضية...، كما تعد وجهة للعديد من رجال الأعمال والاقتصاديين الباحثين على فرص الاستثمار.

وفي هذا المجال تشير توقعات المنظمة إلى أن عدد السياح سيتجاوز 1.8 بليون سائح في عام 2030 كما تشير التوقعات إلى أن مناطق الجذب السياحي ستكون أوروبا في المقام الأول 717 مليون سائح، تليها منطقة جنوب شرق آسيا 397 مليون سائح، ثم أمريكا 282 مليون سائح¹.

ثانياً- تطور الإنفاق السياحي:

الإنفاق السياحي هو الإنفاق الذي يقوم به السائحون على مختلف السلع و الخدمات السياحية و غير السياحية خلال اقامتهم في الدولة المضييفة فكل انفاق يتم داخل الدولة المضييفة ممن يعد سائحا فهو انفاق سياحي استهلاكي، و أما الانفاق الذي يقوم به المستثمرون في صناعة السياحة من خلال انشاء و تسويق المشاريع و المنتجات السياحية المتنوعة لتحقيق أرباح فهو إنفاق سياحي استثماري²، والإنفاق يعد بمثابة عائدات سياحية للدول المضييفة ويدون في جانب المتطلبات في ميزان المدفوعات، ويتوقف حجم الإيرادات على حجم ما ينفق داخل الدولة المضييفة وذلك حسب مجموعة متغيرات منها عدد الليالي التي يقضيها السائح ونوعية الإقامة وغيرها³.

و الإنفاق على المشاريع السياحية على نوعين استثماري و استهلاكي يدعم السوق السياحي، و السوق السياحي هو عبارة عن مجموعة من المستثمرين الفعليين و المرتقبين الذين يدخلون في عملية تعامل مع البائعين و البائعون يشكلون الصناعة بينما المشترون يشكلون السوق⁴.

و الجدول الموالي يبين تطور حجم الانفاق العالمي على السياحة خلال الفترة 2006-2019

الجدول رقم (06): تطور حجم الانفاق السياحي العالمي خلال الفترة (2006-2019)

الوحدة: تريليون دولار

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
حجم الانفاق السياحي العالمي	0.818	0.940	1.03	0.935	1.03	1.13	1.17	1.23	1.28	1.18	1.19	1.31	1.41	1.44

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>

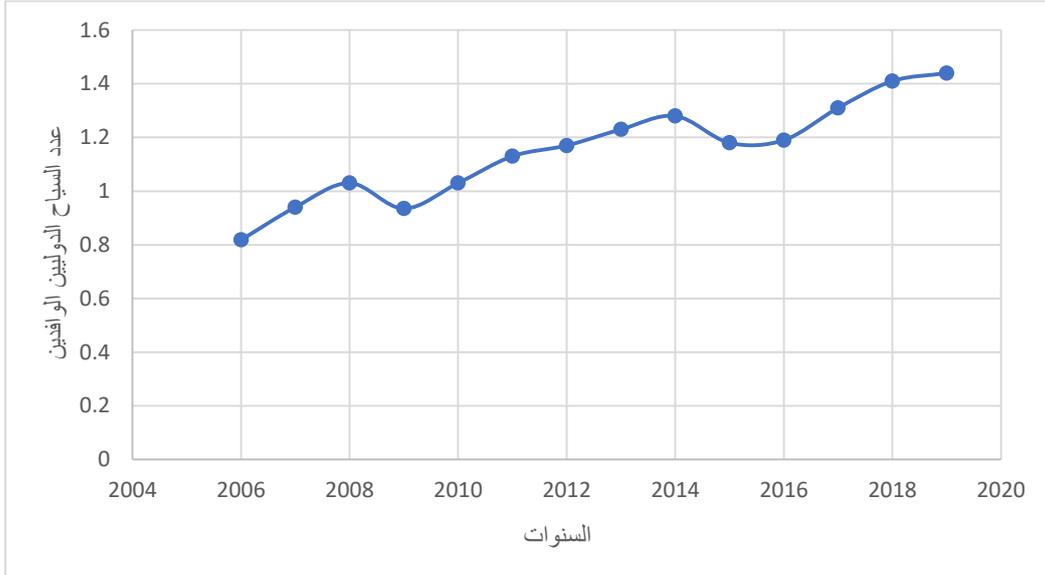
¹ رانية قدحات و آخرون، تحليل اتجاهات الحركة السياحية البنينة العربية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة، كلية السياحة و الفنادق الجامعة الأردنية، العدد 03، المجلد 22، عمان، 2022، ص91

² نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص62.

³ حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 35، 36.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص 129

الشكل رقم (06): تطور حجم الانفاق السياحي العالمي خلال الفترة (2006-2019)



المصدر من إعداد الباحث بناء على أرقام الجدول رقم (06)

نلاحظ من الجدول رقم (06) و الشكل رقم (06) أن الإنفاق العالمي على السياحة شهد تزايداً مستمراً بنسبة متفاوتة خلال الفترة 2005-2019 محققاً أرقاماً مهمة من 818 مليار دولار سنة 2006 إلى 1.44 تريليون دولار سنة 2019 ، وتخلله تراجعاً سنة 2009 مقارنة بسنة 2008 بسبب تداعيات الأزمة المالية آنذاك ، ليعاود الارتفاع بعد ذلك و بنسب متسارعة، وحسب توقعات منظمة السياحة العالمية ستتجاوز الإنفاق السياحي الدولي تيربيلي دولار في حدود سنة 2030. هذا و يختلف الإنفاق السياحي من دولة إلى أخرى، وفيما يلي جدول يمثل الدول العشر الأولى عالمياً من حيث الإنفاق على السياحة سنة 2019

الجدول رقم (07): الدول العشر الأولى عالمياً من حيث النفقات السياحية سنة 2019

الوحدة=مليار دولار

الدول	الإنفاق السياحي
1- الصين	254.9
2- الولايات المتحدة الأمريكية	156.9
3- ألمانيا	84.5
4- المملكة المتحدة	72.3
5- فرنسا	52.4
6- روسيا	39.9
7- استراليا	36.4
8- كندا	35
9- كوريا الجنوبية	34.4
10- ايطاليا	30.5

source : UNWTO, Op.cit , p13.

من خلال الجدول نلاحظ أن أول عشر دول إنفاقا على السياحة سجلت مجتمعة إنفاقا بحوالي 797 بليون دولار امريكي في عام 2019، حيث احتلت الصين و الولايات المتحدة الأمريكية الصدارة في قيمة النفقات. وتأتي الدول الصناعية الكبرى كالصين و الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا وبريطانيا في المقدمة، حيث تراوح إنفاق هذه الدول مجتمعة معا بين 72 إلى 255 بليون دولار في السنة، و تمثل حصة هذه الدول الأربع ما يقارب ثلث الإنفاق العالمي على السياحة، وتلي هذه الدول الأربع كل من فرنسا و روسيا و استراليا و كندا و كوريا و ايطاليا، حيث تراوح إنفاق هذه الدول ما بين 30 إلى 52 بليون دولار في السنة، ويمثل إنفاق هذه الدول مجتمعة ما يقارب ربع الإنفاق العالمي على السياحة.¹ مما يدل على المكانة التنموية الهامة التي احتلها قطاع السياحة في أكبر الاقتصاديات العالمية حيث أصبح طرفا هاما في معادلة التنمية و النمو الإقتصادي توجه مبالغ كبيرة لاستثماراته و تنشيط حركيته.

ثالثا- تطور الإيرادات السياحية

تمثل الإيرادات السياحية مصدرا هاما للعملات الأجنبية للكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السياح وما تحققه السياحة كمنشآت اقتصادية وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية الخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير لما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة.²

هذا وقد سجلت الإيرادات السياحية العالمية نموا متزايدا، والجدول التالي يوضح الإيرادات الدولية من السياحة خلال الفترة 2005 و 2019.

الجدول رقم(08): تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2019)

الوحدة= مليار دولار

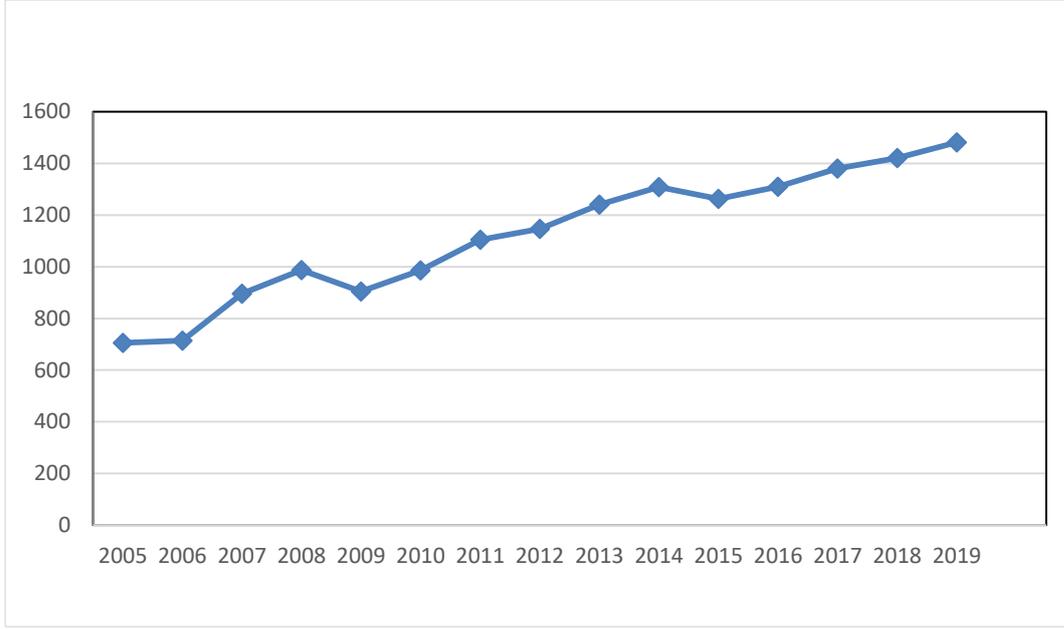
السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
الإيرادات السياحية الدولية	706	741	896	987	905	986	1104	1146	1241	1309	1260	1310	1380	1420	1481

source: UNWTO; International Tourism Highlights; 2020 Edition; p03

¹ رانية قدحات و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 91

² صليحة عشي، الآثار التنموية للسياحة- دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب-، مذكرة مقدمة لتبيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005، ص 26.

الشكل رقم (07): تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2019)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم(08).

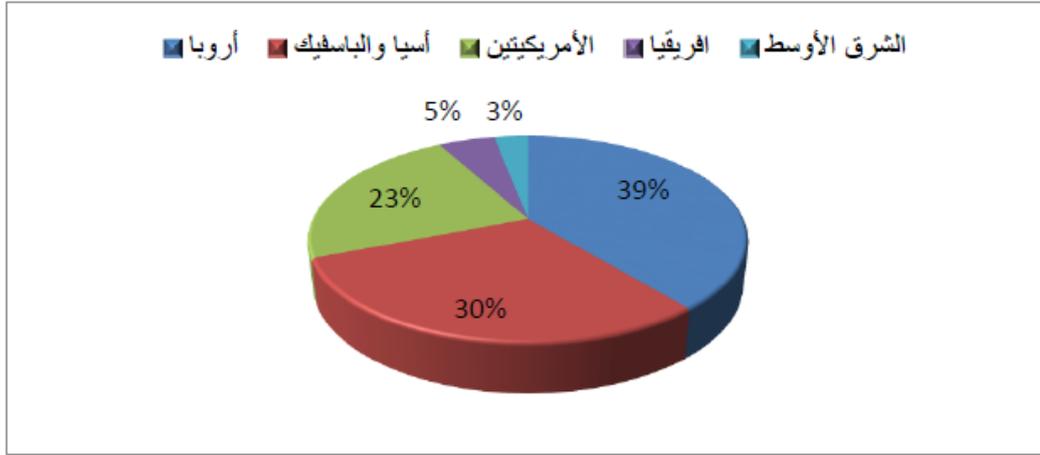
نلاحظ من الشكل أعلاه أن الإيرادات السياحية الدولية شهدت تزايداً مستمراً بنسبة متفاوتة خلال الفترة 2005-2019 محققة قفزات نوعية من 706 مليار دولار سنة 2005 إلى 1481 مليار دولار سنة 2019 ، وتخللت سنة 2009 تراجعاً في العوائد السياحية بسبب تداعيات الأزمة المالية لسنة 2008 ، إضافة إلى انتشار بعض الأمراض على غرار مرض الإنفلونزا الذي انتشر في العديد من الدول لتستعيد بعد ذلك عافيتها إلى غاية 2015، حيث عاودت الانخفاض إلى 1260 مليار دولار بعدما كانت 1309 مليار سنة 2014 ويعزى ذلك إلى ثورة الربيع العربي وزعزعة الاستقرار الأمني في المنطقة العربية و الشرق الأوسط وحسب توقعات منظمة السياحة العالمية ستتجاوز الإيرادات السياحية الدولية 2500 مليار دولار في حدود سنة 2030.

و تحتل الصادرات السياحية المرتبة الثالثة من إجمالي صادرات الاقتصاد العالمي، مشكلة 50 بالمائة من صادرات الدول المتقدمة،¹ مما يمثل دخلاً حقيقياً وزيادة معتبرة في الثروة للعديد من دول العالم لذلك فإن تنشيط القطاع السياحي من بين أولويات التنويع الاقتصادي، خاصة في الغنية بالمواد الأولية الهيدروكربونية.

هذا وكانت الإيرادات السياحية متفاوتة بين الأقاليم السياحية الدولية، والجدول التالي يوضح ذلك.

¹ : UNWTO (2020) **Word tourism barometer**: unwto Volume 18; Issue 7; December 2020.p04.

الشكل رقم(08): توزيع الإيرادات السياحية حسب الأقاليم السياحية الدولية لسنة 2019



Source: UNWTO, International Tourism Highlights, 2019, p6.

من خلال الشكل أعلاه يتضح أن النسبة الأكبر من الإيرادات السياحية لصالح أوروبا بنسبة 39% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية لسنة 2019 والمقدرة بـ 570 مليار دولار، و لطالما كانت المرتبة الثانية للأمريكتين فإنها تراجعت منذ بداية الألفية الثالثة إلى المرتبة الثالثة تاركة المجال لآسيا والباسفيك بنسبة 30% التي قفزت إلى المرتبة الثانية لظهور أسواق سياحية جديدة بها (ماليزيا، الصين، سنغافورة)... والتي حققت نهضة اقتصادية عالية واستقرارا أمنيا، بينما تتدحرج كل من افريقيا والشرق الأوسط إلى المراتب الأخيرة بنسب 5% و 3% على التوالي، وهذا بسبب ضعف التدفق السياحي لهذه المناطق نظرا للمشاكل الأمنية والاقتصادية بهاذين الإقليمين.¹ وبالرغم من ان نصيب اقليم الشرق الأوسط كان الاقل بين الاقاليم السياحية في 2019، الا انه كان الاسرع نمواً بين الاقاليم وبنسبة بلغت 8% من حيث اعداد السياح وحجم الإيرادات السياحية.²

هذا وتوجد دول رائدة في مجال السياحة، والجدول التالي يوضح الدول العشر الأولى عالميا من حيث الإيرادات السياحية.

¹ آسيا بلقاضي، دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي الدولي: مقارنة بين الجزائر و تونس، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2018-2019، ص100.

² رانية قدحات و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 89.

الجدول رقم (09): الدول العشر الأولى عالميا حسب الإيرادات السياحية لسنة 2019

الوحدة= مليار دولار

الدول	الإيرادات السياحية
1. الولايات المتحدة الأمريكية	214
2. اسبانيا	74
3. فرنسا	67
4. تايلاند	63
5. المملكة المتحدة	52
6. إيطاليا	49
7. استراليا	45
8. ألمانيا	43
9. اليابان	41
10 - الصين	40

Source: UNWTO, International Tourism Highlights, 2019, p09.

تحصلت الولايات المتحدة الأمريكية على أعلى المداخل السياحية في العالم ب 214 مليار دولار من حجم الإيرادات السياحية ، ثم اسبانيا 74 مليار دولار وفرنسا بمجموع قدره 64 مليار دولار، حيث نلاحظ عدم تجانس بين أفضل الدول من حيث عدد السياح والمدخول السياحي، نظرا للاختلاف في حجم الأموال التي ينفقها السائح من منطقة لأخرى، و نوع السياحة المطلوبة و رفايتها ففرنسا تصدر القمة من حيث عدد السياح الوافدين إليها ب 89 مليون سائح عام 2019 مع تراجعها إلى الثالثة عالميا من حيث الإيرادات السياحية المحققة لنفس العام.

غير أنه يجب ملاحظة أن الاتجاه العام للسياح يتركز في منطقتي أوروبا وآسيا والباسيفيك والأمريكيتين بدرجة أقل. كما أن الشرق الأوسط وأفريقيا الأقل جلبا للسياح بسبب مشاكلهما الاقتصادية والسياسية والأمنية، و ضعف البنية على الرغم من غنى المنطقتين سياحيا. وهو أمر انعكس بشكل واضح على الإيرادات السياحية و التي رغم ذلك تشهد نموا متسارعا في السنوات الاخيرة، و تعد آسيا والباسيفيك والأمريكيتين الأكثر نموا مقارنة مع منطقة الجذب التقليدية وهي أوروبا،¹ كما تتوقع منظمة السياحة العالمية تصدر الصين قمة هرم التصنيف في مطلع عام 2030. و هذا ما يبرز مكانة الصادرات السياحية في عالم اليوم و سعي الدول إلى أخذ النصيب الأكبر منها.

¹ مسعود بن مويزة ، دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية إشارة لحالة الجزائر،

رابعا- تطور الاستثمارات السياحية:

يعد الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرص استثمارية قادرة على التنافسية في السوق السياحية العالمية، وذلك أن رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول، ونمو الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعتها.

والاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري في قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان وتمثلان في الضمانات والحوافز، كتوفير الاستقرار السياحي الذي يشكل مناخا ملائما للاستثمار، إلى جانب محفزات عديدة أهمها القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي والأجنبي، وأيضا توفير البنية التحتية الملائمة وانتشار وعي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع.¹

وحسب تقديرات المجلس العالمي للسياحة والسفر كان من المتوقع أن يجذب قطاعي السياح والسفر استثمارات بقيمة 774.6 مليار دولار سنة 2015، وهذا التوقع ارتفع بـ 4.7 % سنة 2016، ومن المتوقع أن ترتفع بنسبة 4.5% في السنوات العشر المقبلة إلى 1245 مليار دولار في سنة 2026.²

وفيما يلي نظرة عن حجم الاستثمارات المحققة في قطاعي السياحة والسفر.

الجدول رقم (10): تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2019-2006)

الوحدة= مليار دولار

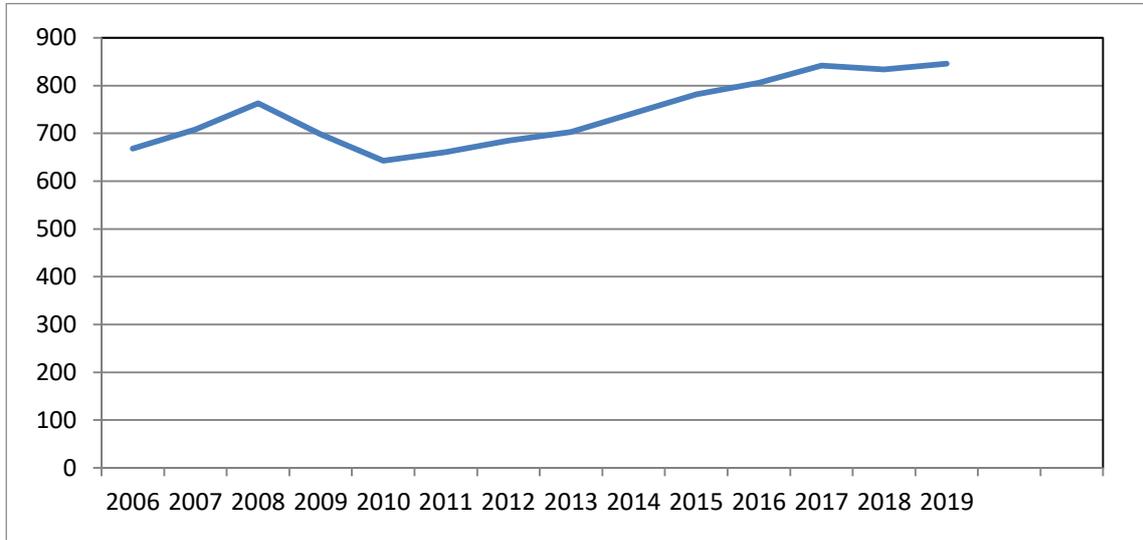
السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
رأس المال المستثمر	668	708	763	698	643	661	685	703	742	782	806	842	834	846

source: WORLD Travel Tourism Council,2019.... www.wttc.org/datagateway

¹ صليحة عشي، مرجع سابق، ص26.

² WTTC, **Travel & Tourism, Economic Impact 2016 world**, London, p 5.

الشكل رقم(09): تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2019)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم (11).

نلاحظ من الشكل التزايد المستمر والملحوظ للاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)، حيث انتقلت من 668 مليار دولار سنة 2006 إلى 806 مليار دولار سنة 2016، مع وجود بعض التذبذبات سنة 2009 و 2010 حيث انخفضت الاستثمارات، وهذا الانخفاض كان من تبعات الأزمة المالية العالمية لسنة 2008، والركود الاقتصادي الحاد الذي تبعها، لكن ابتداء من سنة 2012 بدأت الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر بالتعافي وقد استمرت بالنمو والتزايد حتى سنة 2018، أين عرفت نوعا من الركود بسبب الضغوط الاقتصادية التي أجبرت عدد من الاقتصاديات العالمية و النفطية على تخفيض ميزانياتها بما فيها تلك المخصصة للقطاع السياحي، إذ و رغم ذلك لم تُخفض كثيرا بل ثبتت وذلك نتيجة للوعي بأهمية المساهمة الاقتصادية للقطاع السياحي في تجاوز تلك الضغوط الاقتصادية.

إذا يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الهامة في الاقتصاد العالمي، وأحد الركائز الأساسية في بناء الدول، حيث فاقت إيراداتها إيرادات القطاع الصناعي في العديد من دول العالم، لذلك ترصد لها الدول المتقدمة والنامية حصصا هامة في ميزانياتها، وتضع البرامج والمخططات الكفيلة بتطويرها في المدى الطويل والمتوسط، لاسيما من خلال إنشاء الفنادق والمنتجعات السياحية وتطوير العروض السياحي وخلق الميزة التنافسية لتوجيه آراء السياح، والاستحواذ على حصص هامة من السوق السياحي العالمي، لكن يبقى من ميزات القطاع السياحي انه شديد التأثير بالمتغيرات الدولية، فمثلا تتأثر السياحة بشكل مباشر بالأوضاع السياسية والأمنية في القطر، وخير دليل على ذلك تراجع عدد السياح والمداخيل

السياحية في تونس ومصر خلال الربيع العربي، وفي العراق نتيجة الصراعات الأمنية، كما تتأثر السياحة بالمتغيرات الاقتصادية، فخلال الأزمة المالية العالمية انخفض عدد السياح من 928 سنة 2008 إلى 892 مليون سنة 2009 ، لكن لم تكن كل هذه الأزمات بالحدة التي خلفتها أزمة كورونا كوفيد 19، والتي تميزت بسرعة انتشارها وآثارها التدميرية على البشرية، ومن بين القطاعات الأكثر تأثرا بأزمة كورونا كوفيد 19 واجه قطاع السياحة أكبر انتكاسة سنة 2020 حيث انخفض عدد السياح العالميين بنسبة (72% -) حيث شهد أغلب مناطق النشاط السياحي توقفا شبه تام.

المبحث الثالث: الإستثمار السياحي في الجزائر

يمثل الاستثمار 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 اعترافها بأن المنتج السياحي والمتمثل في المرافق السياحية من فنادق ومنتجعات ومراكز تسوق مازالت متواضعة إلا أن الجزائر بإمكانها سد هذا النقص من خلال فتح المجال أمام الاستثمار في القطاع السياحي سواء 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.

المطلب الأول: مقومات الإستثمار السياحي في الجزائر

تزخر الجزائر بمقومات سياحية معتبرة وتمتاز بتنوعها، ما يؤهلها لتكون قطبا سياحيا بامتياز، وتتمثل المقومات أساسا في المقومات الجغرافية و الطبيعية، التاريخية و الحضارية، البنية التحتية و الطاقة الفندقية:

أولا- المقومات الطبيعية و الجغرافية:

تعد الجزائر أكبر بلد افريقي مساحة، بها أربعة معالم جغرافية رئيسية متمثلة في القسم الشمالي حيث السواحل المطلة على البحر المتوسط، إضافة إلى مرتفعات الأطلس، ثم الهضاب الداخلية، و الصحراء الشاسعة التي تمتد حتى بلدان الجوار الجنوبي:

أ-الموقع و الحدود: تقع الجزائر شمال غرب القارة الافريقية يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط، شرقا تونس و ليبيا، غربا المغرب و موريتانيا، و يحدها من الجهة الجنوبية مالي و النيجر، حيث تقع على مسافة ساعة طيران من كبريات العواصم الأوروبية.¹ تتربع الجزائر على مساحة جعلتها تحتل مكانة أكبر بلد إفريقي حيث تبلغ هذه المساحة بـ2.381.471 كلم مربع.²

ب-المقومات الطبيعية:

إن الجزائر هي بلد الألوان المتباينة، إفريقية من جهة وواقعة في أحضان البحر الأبيض المتوسط من جهة أخرى، أينما تتعايش الفصول الأربعة في مناطق مختلفة وفي آن واحد، جغرافيا متنوعة و مظاهر ومناظر طبيعية ساحرة وعذراء:

* الشريط الساحلي: بفضل واجهتها البحرية الممتدة على طول 1600 كلم، تعتبر الجزائر شرفة حقيقية على البحر الأبيض المتوسط و تزخر بثروات تتنوع من منطقة إلى أخرى، ساحلها عبارة عن خلجان و شواطئ قبالة البحر، انطلاقا من ميناء القالة بالقرب من الحدود الشرقية للوطن في شكل تتابع للمفاتيح الطبيعية المدعمة بجبال أضفت عليها رونقا فريدا. و لعل ما ساهم في الحفاظ على هذه المعالم الطبيعية الرائعة هو الطبيعة الجبلية و الصخرية لهذا الساحل من خلال المنحدرات الجبلية و الصخور المتجذرة في عمق البحر، فالشريط الساحلي الجزائري من أروع المناظر الطبيعية في العالم، من خلال ما ترسمه المرتفعات الجبلية التي قد يصل علوها إلى 1000 متر، كما أنها تفصل الشاطئ عن الكورنيش الذي تشكله الطرق الساحلية.

ولقد عرف هذا الساحل في مرحلة ما بعد الاستقلال عدة تطورات، تمثلت في إنجاز منتجعات سياحية و فندقية في بعض الولايات الساحلية مثل تيبازة، وهران، العاصمة و عنابة و التي انصهرت ضمن هذه الطبيعة الخلابة. فالجزائر وجهة متميزة عبر البحر الأبيض من القالة شرقا إلى الغزوات غربا. ومن أهم الولايات السياحية الساحلية في الجزائر: العاصمة، عنابة، بجاية، تيبازة، الطارف، مستغانم، تلمسان، إلى جانب سكيكدة، جيجل، تيزي وزو، بومرداس، الشلف، وهران و أخيرا عين تموشنت، و تزخر كل ولاية بطابع يميزها عن ولاية أخرى. فالجزائر وجهة متميزة عبر البحر الأبيض المتوسط و تمثل مجّع للأصالة و التراث و الحضارات المختلفة.³

¹ Terfaya Nassima, « Apport de la culture marketing dans le développement touristique-étude comparative au sein des pays du maghreb (Algerie, Maroc, Tunisie) », édition Houma, Alger, 2008, p 140,141.

² الجزائر: البلد النور، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة، ص9

³ المرجع السابق، ص ص10-13

* **المناطق الجبلية:** تتمثل خاصة في الأطلس التلي الذي يمتد من الشرق إلى الغرب، ويمثل بذلك فرصة لازدهار السياحة الاستكشافية، مثل مرتفعات الشريعة حيث الحظيرة الوطنية و التي يبلغ ارتفاعها 1510م فهي تسمح للسياح بممارسة رياضة الترحلق على الثلج، تتعرج الطريق إلى غاية علو 1550 متر، عند القمة تم انجاز محطة صغيرة يمكن الوصول إليها عبر وسيلتين: عبر الطريق (30 دقيقة) أو بواسطة النقل الهوائي (التلفريك) التي تسمح لك بالتمتع بالمنظر الجميل ، بالإضافة إلى جبال القبائل التي أقيمت عليها محطة تيكجدة السياحية بالبويرة و تشكل بذاتها حدائق طبيعية، حظيرة جرجرة، سلسلة جبال الونشريس بتيسمسيلت، سلسلة جبال الأوراس و قمة الشيليا بباتنة، جبال بابور بجيجل، حيث تتميز هذه السلاسل الجبلية بالسياحة الايكولوجية، بالإضافة إلى الأطلس الصحراوي الذي يتميز بمناخ مختلف عن سابقه حتى من حيث المناظر و النباتات¹.

فأهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلي الأطلس التلي و الأطلس الصحراوي ، حيث يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعة من السلاسل الجبلية الالتوائية، باتجاه جنوب شرق وشمال شرق وتحصر بينها جيوبا سهلية ساحلية ضيقة أشهرها: سهول متيجة و وهران ، وسهول داخلية مرتفعة واسعة نسبيا في أحواض الأنهار والودية وسفوح الجبال أشهرها: تلمسان، سيدي بلعباس، قسنطينة، والأطلس التلي أكثر ارتفاعا واتساعا في الشرق منه في الغرب، ونجد أعلى قمة في جبل الأوراس ب 2328م وفي جبل لالا خديجة بجرجرة 2308 م وفي الغرب جبال تلمسان ب 1843 م ، كما أن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات و الكهوف فحسب، وإنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها لدى السائح مثل: الحيوانات المتنوعة و الطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتور شتاء، فكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح عندما تثير فيهم الرغبة والفضول في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر.² أما الأطلس الصحراوي عبارة عن منظومة جبلية طولها 700 كلم، وتضم هذه المنظومة مرتفعات عديدة شبه متوازية أهمها: جبال القصور وبها قمة سيدي عيسي 2238 م، جبال العمور وجبال اولاد نايل 1600 م و الزيبان وجبال النمامشة و الأوراس.

* **المناطق الصحراوية:** تتربع الصحراء الجزائرية على 80 % تقريبا من مساحة البلاد، بما يعادل 2 مليون كلم مربع ، تتميز برمالها وجبالها البركانية وواحاتها الخلابة وغابات النخيل وتربتها الخصبة وكتبانها الرملية أهمها: واحات "وادي سوف"، "وادي ميزاب" "الساورة". كما تزخر بأجمل المحميات البيئية مثل

¹ نجيب بعابشة ، "أهمية تنمية القطاع السياحي و أثره على الاقتصاد الوطني-دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب-"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 03، 2013، ص94

² خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص11

"الأهقار" و"الطاسيلي"، كما تحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة بها منذ العصور الجيولوجية القديمة.¹

* **الحظائر والمحميات الطبيعية:** تمتلك الجزائر مجموعة من الحظائر الوطنية المنتشرة في مختلف ارجاء الوطن أهمها: حظيرة الوطنية لجرجرة: الحظيرة الوطنية للقالة، الحظيرة الوطنية الشريعة، الحظيرة الوطنية لطاسيلي و الأهقار، الحظيرة الوطنية لتازة، المحمية الطبيعية لبني بلعيد... إلخ. و تعتبر صحراء الجزائر من أثن محميات التنوع البيئي، بل تكاد تنفرد بهذا الطابع، إذ أنها تشكل الإطار الأنسب للسياحة البيئية بمواقعها الشهيرة مثل الهقار في منطقة تمنراست، و هي عبارة عن هضبة مستديرة قطرها يفوق 130 كلم بارتفاع يصل إلى 2000 متر، بها أعلى قمة في الجزائر هي قمة تاهات أتاكور و التي يبلغ علوها 2908 متر فوق سطح البحر.

* **الحمامات المعدنية:** تعد المنايع المعدنية أحد أهم عناصر الجذب السياحي، حيث تقدم علاجات طبيعية بالمياه الحارة الغنية بالأملاح المعدنية. إذ تتوفر الجزائر على ثروة حموية على درجة بالغة من الأهمية.² ولا تزال الجزائر إلى يومنا هذا تتميز ببعض آثار الحمامات الرومانية. تتموقع الحمامات في الجزء الشمالي من الوطن و تمتد إلى مشارف الجنوب الكبير، و تختلف خصوصياتها من موقع لآخر، مما يمثل خريطة كاملة و متنوعة من المزايا العلاجية التي تتيحها هذه المياه ف إطار السياحة العلاجية.

* **المناخ في الجزائر:** يمتاز المناخ في الجزائر بالتنوع و الاختلاف حسب اختلاف المناطق فيما يلي أهمها³:

- **مناخ البحر الأبيض المتوسط:** ينحصر هذا النوع من المناخ في شمال البلاد و كذا شرقها و غربها و جزء من بلاد القبائل من ناحية جرجرة، و يصل من جهة الجنوب إلى شمال قالمة، باتنة، سوق أهراس و من الغرب حتى تلمسان، و من أهم نباتات هذه المناطق أشجار البلوط و الفلين و الصنوبر... إلخ.

- **المناخ المتوسطي شبه رطب:** يمتد من جنوب التل القسنطيني و جبال البيبان و الجزء الشرقي من الظهرة إلى البليدة، وصولا إلى المدية و تنس غربا، و من أشهر نباتات هذه المناطق غابات البلوط الأخضر.

¹ صليحة عشي، الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2010-2011، ص53

² "الجزائر ذكرة و مناظر"، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، ص30.

³ محمدي عز الدين، "أهمية القطاع السياحي في تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية-حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر03، 2012، ص 91، 92.

-المناخ شبه الجاف: يمتاز بالحرارة المعتدلة طول فصول السنة، ما عدا فصل الصيف الذي تكون فيه الحرارة مرتفعة، و يتواجد ببعض المناطق مثل بسكرة، تقرت، بوسعادة...الخ، كما أن هذه المناطق يتواجد بها مساحات ملحية و رملية ذات فائدة علاجية و خاصة في فصل الربيع و الصيف.

-المناخ الصحراوي: يمتاز باعتدال الحرارة نهارا خلال كافة فصول السنة ما عدا فصل الصيف تكون فيه الحرارة مرتفعة جدا، ومن بين مناطق هذا المناخ تيميمون التي يتواجد بها غروب شمس رائع، وتمتراست التي تمتاز بتغير لون رمالها بين الفترة و الأخرى، كما توجد بها أعشاب طبية مختلفة ذات فائدة علاجية كبيرة و كذلك اليزي و بشار، أدرار و غيرها¹.

ثانيا-المقومات التاريخية و الحضارية :

تحتل الجزائر في سياق مرحلة ما قبل التاريخ مكانة رائدة و هو رأي الأخصائيين بشأن التراث المعماري و الثقافي، و لا يزال التاريخ الأزلي للجزائر يثير الاندهاش و الإعجاب كلما غاص الباحث في أسراره.

المواقع التراثية: من أهم المواقع في الجزائر المصنفة كتراث عالمي من منظمة اليونسكو ما يلي:
قلعة بني حماد(المسيلة)؛ الطاسيلي ناجر؛ جميلة(سطيف)، تيمقاد(باتنة)؛ تيبازة؛ وادي مزاب(غرداية)؛
القصبة (الجزائر).[♦]

إلى جانب هذه المواقع التراثية هناك مواقع أخرى تزخر بها الجزائر لكنها غير مصنفة أهمها: تلمسان و يطلق عليها عاصمة الزيانيين، بجاية و تمثل عاصمة الحماديين، إلى جانب مختلف المعالم الاسلامية مثالها الجامع الكبير المرابطي و ضريح سيدي بومدين بتلمسان، مسجد عقبة بن نافع ببسكرة، مسجد أبو مهاجر دينار بميلة، وغيرها من الزوايا الضاربة في جذور التاريخ و هي أساس للسياحة الروحية و الدينية بالإضافة إلى المعالم الاسلامية المختلفة عبر كافة التراب الوطني، أهمها الآن جامع الجزائر.
إضافة إلى هذه المواقع و المعالم التاريخية و الدينية نجد:

الصناعات اليدوية التقليدية: الصناعة التقليدية في الجزائر تقليد أزلي يكشف عن فن يمزج بين المهارات و يخص عدة قطاعات مثل النسيج، الحلي، الخزف، الفخار، صناعة الخشب و النحاسيات، تستعمل هذه الصناعات موادا عديدة مثل: الخشب، الصوف، الجلد، الطين، المرجان، المعادن (ذهب، فضة، نحاس)، الصناعة التقليدية في الجزائر تمنح مثلا رائعا من التناغم و التناسق رغم تأثير ثقافات أخرى،

¹ محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، عين مليلة، 2002، ص 27

♦ للتفصيل في خصوصية هذه المواقع الأثرية أنظر: الجزائر بلد النور: ص ص45-53،"الجزائر ذاكرة و مناظر": ص:6،5، واحات الجزائر

بوابة الصحراء، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة، ص20

خاصة الرومانية و البيزنطية، العربية الاسلامية، التركية و الفرنسية... هذه التأثيرات تتجلى خاصة في استعمال بعض التقنيات، كالتقطيع و استعمال السلاسل¹.

ثالثا: المقومات المادية "البنية التحتية"

تتمثل المقومات السياحية المادية في توفير خدمة فندقية تتناسب مع مختلف أحجام ومستويات السائحين، إلى جانب توفير البنية التحتية الملائمة على غرار الطرق السريعة، الموانئ البحرية و المطارات، شبكة الاتصالات وغيرها،² وحتى إن كانت الجزائر تتميز بمستوى مقبول عموما في مجال البنى التحتية إلا أن صناعة السياحة و التحول إلى منطقة جذب بامتياز يتطلب مقومات أكثر عصرة:

1- النقل والمواصلات: تمثل شبكة المواصلات إحدى العوامل الهامة والمؤثرة في التنمية السياحية، بل في التطور الاقتصادي والتنمية الاجتماعية للدول حيث أنّ كفاءة شبكات النقل وكثافتها هي من المؤشرات المحددة لدرجة تقدم الدول أو تأخرها، وتزداد أهمية قطاع النقل والمواصلات في الجزائر نظرا لشساعة مساحتها، والتي تتطلب شبكة واسعة للمواصلات لخدمة النشاط الاقتصادي، وقد حققت الجزائر منجزات هامة في ميدان تطوير وتنمية قطاع النقل والمواصلات فيما يخص النقل البري، السكك الحديدية، النقل على مستوى العالم العربي³. وتتوزع شبكات النقل والمواصلات في الجزائر على النحو التالي⁴:

-الطرق البرية: تمتلك الجزائر أكثر من 104 ألف كلم منها 25% طرق ترابية صالحة للسير والحركة والباقي ذو نوعية متوسطة، كما تربط الجزائر مع دول الساحل طريق عابر للصحراء يسمى طريق الوحدة الإفريقية على مساحة 2344 كلم² لتسهيل الوصول إلى موانئ الجزائر، كما أنشأت الطريق السيار شرق غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة بين جهات الوطن والذي يبلغ مساحة 1216 كلم²

-السكك الحديدية: تربط شبكة السكك الحديدية أهم المدن الشمالية ببعضها وتصل خطوطها من مناطق استخراج المواد الأولية إلى وصولها للمدن الصناعية والموانئ، وتعدّ من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية، والتي يبلغ طولها 4200 كلم منها 215 كلم خطوط مكهربة، وتغطي 17% من النقل البري.

¹ الجزائر البلد النور ، ص55

² نبيل بوفليح ، محمد تقوروت ، " دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال افريقيا-حالة الجزائر، تونس و المغرب"-، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الوطني حول: "السياحة في الجزائر-واقع و آفاق-"، بالمركز الجامعي البويرة، 12 ماي 2010 - الجزائر، ص11

³ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة- حالة الجزائر-، مرجع سابق، ص 117.

⁴ اسماعيل بوغازي، ملين تغليسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، - تقييم واستشراف-، جامعة غرداية، يومي 26 و 27 فيفري 2013، ص 5.

-النقل الجوي: نظرا لشساعة المساحة وبعد المسافات بين جهات الجزائر واتساع مساحة الصحراء أصبح للنقل الجوي أهمية خاصة، ويتكون الأسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وإيرباص، وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع كما يوجد 55 مطار منها 12 مطار دولي والباقي داخلي جهوي أو خاص أهمها مطار هواري بومدين ومطار وهران.

-النقل البحري: يتم النقل البحري عبر 17 ميناء بعضها مخصص لتصدير المحروقات كميناء بجاية وسكيكدة، بينما ميناء الجزائر العاصمة، وهران وعنابة موانئ متعددة النشاطات، كما يتضمن الأسطول البحري 74 سفينة بحرية منها 5 ناقلات بترول، وناقلات الغاز السائل، 7 لنقل المواد الكيميائية و 3 لنقل الأفراد والبضائع .

-النقل الحضري: خصوصا و قد تعزز بميترو الجزائر و شبكة ترامواي على مستوى الولايات الكبرى، إضافة إلى برنامج لتحديث القطارات.

كل هذه الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر في قطاع النقل من شأنها أن تساهم بقوة في ترقية القطاع السياحي، حيث يمثل النقل وسيلة أساسية لتسهيل تنقل السياح سواء الأجانب فيما يتعلق بالنقل الجوي والبحري، أو السياح المحليين السياحة الداخلية فيما يخص النقل البري بمختلف أنواعه.

2-الاتصالات: إنّ التحولات الاقتصادية الكبرى التي اعتمدها الجزائر، والتي ارتكزت على الانفتاح على أسواق الدولة إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية مما أدى إلى ثورة الاتصالات من خلال التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول، فبالإضافة إلى المتعامل موبيليس فقد تعززت هذه الوضعية بدخول متعاملين جدد وهما المتعامل الروسي فمبلكوم تحت اسم "جيزي" والقطري كيوتيل تحت اسم "أوريدو" مما أدى إلى زيادة المنافسة وازدياد عدد مستعملي الهاتف.

3- الطاقة الفندقية

تعدّ الطاقة الفندقية من بين أهم المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في معرفة مدى تقييم القطاع السياحي في بلد معين، وبالنسبة للجزائر فإنّ الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية التي تمتلكها تمتاز بالضعف والتباين في التوزيع، مما يجعلها بعيدة عن الأسواق السياحية الأخرى، وعدم استغلالها للإمكانيات المتاحة.

عدد المؤسسات السياحية في الجزائر لم يشهد زيادة كبيرة، إذ بلغ إجمالي المؤسسات السياحية بالجزائر 1105 مؤسسة سياحية سنة 2005، ثم بعدها كان هناك زيادة ضئيلة سنة 2014 بـ 1185 مؤسسة سياحية. ليصل سنة 2020 إلى 1449 مؤسسة فندقية.

و توضح بيانات الوزارة أن الطاقة الاستيعابية الإجمالية للأسرة تزايدت خلال الفترة 2015 - 2019 من 102244 سرير إلى 125676 سرير، بعدما كانت 83895 سنة 2005. إذ ورغم البرامج الموضوعية لتطوير القطاع السياحي لم نلاحظ النمو الكبير في عدد الأسرة على أرض الواقع ، كما تسجل البيانات هيمنة القطاع الخاص عليها حيث تطور عدد الأسرة في هذا الاخير من 77383 إلى 99230 سرير، وهذا ما يتوافق والاستراتيجية السياحية الجديدة الرامية إلى تشجيع الاستثمارات الخاصة. وفي المقابل تحسن ضئيل جدا في عدد الأسرة في القطاع العام فهو لم يصل بعد إلى 19 ألف، وهذا بسبب اغلاق بعض الفنادق التي لا ترقى إلى المستوى المطلوب أو خوصصتها ودخولها في شراكة مع القطاع الخاص¹.

فعلى الرغم من التطور الملحوظ في المؤسسات السياحية و عدد الأسرة إلا أنه يبقى ضعيفا وغير كاف، وهذا بسبب الأزمات التي كانت و لا تزال تعيق مسيرة التنمية في الجزائر في المجال السياحي، حيث أن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية قد أولى اهتماما بالحظيرة الفندقية، وانخرطت المؤسسات الفندقية في مخطط الجودة السياحي، خصوصا و أن النسبة الغالبة للمؤسسات السياحية غير مصنفة.

المطلب الثاني: محفزات الإستثمار في قطاع السياحة الجزائري

عمدت الدولة الجزائرية و في مختلف البرامج التنموية على إقرار تحفيزات لاستقطاب الاستثمار في القطاع السياحي سواء ما تعلق بالعمارة السياحي، أو الأطر القانونية و التدابير الجبائية المحفزة إضافة إلى استحداث عديد الهيآت المتخصصة في دعم و مرافقة التنمية السياحية:

أولا: القاعدة الهيكلية للاستثمار السياحي في الجزائر

أقرت السلطات العمومية ممثلة في الوزارة المكلفة بالسياحة بالجزائر، أن مناطق التوسع السياحي هي الأسلوب الأنفع و الأنجع عبر القطر الوطني، من أجل النهوض بالاستثمار السياحي و الاستفادة من أكبر عدد من المناطق التي تم تصنيفها في الخريطة السياحية للجزائر كمناطق للتوسع السياحي، من خلال توجيه و توطين مشاريع الاستثمار السياحي، و كل هذه الاجراءات مفادها استغلال المقومات السياحية التي تتميز بها الجزائر قصد دفع قوى الاستثمار لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة لا سيما في مجال السياحة:

1-تقديم العمارة السياحي في الجزائر: يشتمل الوعاء العقاري² السياحي في الجزائر على 205 منطقة توسع سياحي ذات مساحة اجمالية تقدر بـ 53199.64 هكتار موزعة على التراب الوطني توزيعا جغرافيا، احتلت فيه المناطق الساحلية حصة الأسد بـ 160 منطقة توسع، بمساحة قدرت

¹ آسيا بلقاضي، مرجع سبق ذكره، ص 116، 117.

² إحصائيات من مديرية تقييم و دعم المشاريع السياحية، وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية، جوان 2016.

بـ37006.60 هكتار أي ما يعادل نسبة 70% من المساحة الاجمالية لمناطق التوسع السياحي، تليها في المرتبة الثانية المناطق الصحراوية بـ23 منطقة بمساحة قدرت بـ9728.20 هكتار بنسبة تقدر بـ18% من المساحة الاجمالية، و أخيرا مناطق الهضاب العليا بنسبة 12% بمساحة 6464.83 هكتار ممثلة لـ22 منطقة. إذ أن أغلب هذه العقارات المفتوحة للإستثمار السياحي خصصت لمختلف الهياكل و المنشآت ذات الصلة بالقطاع السياحي كالفنادق، نزل الطريق، قري العطل، الإقامة السياحية، الشاليهات، البيوت السياحية المفروشة، المخيمات السياحية، محطات الراحة و غيرها من المرافق. و الجدول الموالي يبين مناطق التوسع السياحي في الجزائر:

الجدول رقم (11): مناطق التوسع السياحي في الجزائر

الولاية	عدد المناطق	المساحة(هكتار)
تلمسان	09	649.05
عين تموشنت	10	1973.00
وهران	09	1727.00
مستغانم	16	4724.80
الشلف	10	1691.50
تيبازة	22	1950.00
الجزائر	13	2737.75
بومرداس	11	4738.00
تنزي وزو	08	1973.00
بجاية	14	1254.50
جيجل	19	4233.00
سكيكدة	09	2082.00
عنابة	05	2436.00
الطارف	05	5085.00
المجموع 1	160	37254.60
عين الدفلى	01	40.64
سعيدة	04	966.30
سطيف	01	400.00
مسيلة	03	67.00
باتنة	04	2085.89
خنشلة	01	327.70
الجلقة	04	147.00
البيض	01	33.80
النعامة	03	2396.50
المجموع 2	22	6464.83
بسكرة	05	272.27
الوادي	01	67.00
ورقلة	04	72.00
غرداية	03	226.00
بشار	02	149.00
المجموع 3	15	786.27
أدرار	05	273.92
تمراست	02	68.00
إيزي	01	8600.00
المجموع 4	08	8941.92
المجموع	205	53447.62

المصدر: إعداد الباحث بناءً على بيانات من وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية

إلى غاية السداسي الأول من 2016

2- تقسيمات مناطق التوسع السياحي: على ضوء معطيات الجدول السابق نلاحظ أن الجزائر اعتمدت خلال السنوات الأخيرة سياسة المخططات التنموية منها ما هو موجه للقطاع السياحي، حيث شمل هذا القطاع عدة مشاريع متعلقة بمناطق التوسع السياحي موزعة عبر التراب الوطني إلى مناطق ساحلية، مناطق الهضاب العليا، مناطق الجنوب و الجنوب الكبير.¹

أ- تقسيمات مناطق التوسع السياحي لاعتبارات جغرافية و طبيعية:

*مناطق التوسع السياحي في المناطق الساحلية: تحتوي الجزائر على 14 ولاية ساحلية من أصل 48 ولاية، على طول شريط ساحلي يزيد عن 1600 كلم من الطارف شرقا إلى تلمسان غربا، حيث حظيت هذه الولايات بـ160 منطقة توسع بمساحة تقدر بـ37254.5 هكتار، احتلت فيها ولاية الطارف المرتبة الأولى بمساحة 5085 هكتار لـ 5 مناطق توسع، تليها كل من بومرداس و مستغانم بـ11، 16 منطقة توسع على التوالي، كما استفادت الجزائر العاصمة من مساحة 2737.75 هكتار لـ13 منطقة توسع، لتكون ولاية تلمسان في آخر الترتيب بمساحة قدرت بـ649.05 هكتار متعلقة بـ9 مناطق توسع. حيث أن كل هذه الهكتارات خصصت لمختلف الهياكل المتعلقة بالاستثمار في القطاع السياحي، من فنادق، مركبات سياحية، مدن للألعاب، مطاعم ذات جودة، وغيرها من المقومات المادية و الخدماتية للجذب السياحي.

*مناطق التوسع السياحي المتواجدة في الجنوب و الجنوب الكبير: تعتبر صحراء الجزائر من أثن محميات التنوع السياحي بمواقعها الشهيرة، حيث تحتوي الجزائر على 8 ولايات صحراوية، على بوابتها بسكرة إضافة إلى الوادي، ورقلة، غرداية و بشار مصنفة كمناطق جنوبية وسطى، وصولا إلى أقصى الجنوب متمثلا في كل من أدرار، تمنراست و ايليزي، حيث احتلت ثاني مساحة لمناطق التوسع عبر الوطن، قدرت هذه المساحة بـ8941.92 هكتار شاملة لـ8 مناطق أي ما يعادل نسبة 18.28% من إجمالي مناطق التوسع. و هذا راجع لأهمية السياحة الصحراوية و زيادة الطلب عليها خاصة من طرف الأجانب، لاحتوائها على العديد من المواقع الجذابة على غرار أجمل لحظة غروب في العالم التي تنفرد بها هضبة الأسكرام بولاية تمنراست.

*مناطق التوسع السياحي المتواجدة في الهضاب العليا: تتمثل مناطق الهضاب العليا في 9 ولايات، ممثلة لـ 22 منطقة، استفادت هي الأخرى بمساحات خصصت للتوسع السياحي قدرت مساحتها بـ6464.83 هكتار أي ما يقارب 12.15% من المساحة الاجمالية لمناطق التوسع، حيث احتلت

¹ نبيل ملوك، آمال حابس، مقومات و محفزات الاستثمار السياحي في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول "نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة"، بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 09-10 نوفمبر 2016، ص16، 17.

الصدارة ولاية النعامة بمساحة 2396.50 هكتار ل3 مناطق توسع، تليها باتنة بـ2085.89 هكتار، إذ أن مشاريع التوسع السياحي موجهة للاستثمار في مختلف المجالات المتعلقة بالقطاع السياحي، كل منطقة حسب طابعها الجغرافي و مقوماتها السياحية.

ب- تقسيمات مناطق التوسع السياحي لاعتبارات أخرى:

*مناطق التوسع السياحي ذات الطابع الحموي و الصحي: نظرا لما تزخر به الجزائر من ثروات و مقومات طبيعية ذات طابع علاجي و صحي، كان لزاما عليها إنشاء مختلف الهياكل الاستثمارية للترويج لهذا النوع من المنتجات السياحية، و محاولة جذب أكبر عدد ممكن من السياح، حيث خصصت مؤخرا مساحة 3750 هكتار تمس 17 منطقة ممثلة لـ13 ولاية كمناطق للتوسع السياحي متعلقة بالطابع الحموي لهذه المناطق، أي ما يعادل نسبة 7.04%، سعيا منها إلى تحقيق أكبر جذب ممكن من السياح خلال السنوات القليلة القادمة.

*مناطق التوسع السياحي ذات الطابع الثقافي و التاريخي: تعد الجزائر من البلدان القليلة التي لاتزال تحافظ على تراثها الثقافي و التاريخي، من خلال إحيائها لمختلف الآثار التاريخية التي لا تزال تزين بها مختلف المناطق عبر القطر الجزائري على غرار تيمقاد، جميلة، تيبازة، عنابة و غيرها من المدن الأثرية، و هذه الأسباب خصصت لإحياء هذا التراث العريق مساحات للتوسع قدرت بـ2199 هكتار موزعة عبر 9 مناطق لـ6 ولايات ممثلة نسبة 4.13% من إجمالي مناطق التوسع، مفادها إنجاز مشاريع استثمارية تنموية تدعم الجذب السياحي، لإحياء التراث السياحي و الحضاري الذي عرفته الجزائر عبر العصور و الحضارات المختلفة التي مرت بها.

*مناطق التوسع السياحي ذات الطابع الجبلي و الطبيعي: رغم أن الجزائر تتواجد بها أعلى القمم و المرتفعات الجبلية ذات المناظر الخلابة على غرار مرتفعات الشريعة بالبليدة، جبال القبائل العريقة و غيرها من المرتفعات، إلا أن هذا الطابع السياحي لم يحظى بمساحات وفيرة للتوسع السياحي، حيث تكاد تنعدم نسبة الاستثمار في مناطق هذا الطابع السياحي، و قدرت بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 1.65% من إجمالي مناطق التوسع السياحي ما يعادل مساحة 881.3 هكتار شاملة لـ3 مناطق عن ولايتين لا أكثر.

ثانيا: التدابير التحفيزية للاستثمار السياحي في الجزائر

من أجل تشجيع الاستثمار و دفع عجلة التنمية السياحية، قامت سلطات الدولة بتقديم بعض الامتيازات و التحفيزات، لتسهيل مختلف الاجراءات على المستثمرين و تحفيزهم، و من أهم المزايا التي وردت في القانون رقم 16-09 المؤرخ في 29 شوال عام 1437هـ الموافق لـ3 أوت 2016 و المتعلق بترقية الاستثمار مايلي:

أ-المزايا التي تستفيد منها الاستثمارات المنجزة: طبقا لأحكام المادة 13 من القانون السابق ذكره، فإنه تستفيد الاستثمارات المنجزة في المناطق المحددة قائمتها عن طريق التنظيم، التابعة لمناطق الجنوب و الهضاب العليا، و كذا كل منطقة أخرى تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من قبل الدولة من الآتي:¹

* بعنوان مرحلة الانجاز:

-تتكفل الدولة كليا أو جزئيا، بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار، و ذلك بعد تقييمها من قبل الدولة .

-تُقدم تحفيظات للوصول إلى العقار السياحي عن طريق حق الامتياز من أجل الاستثمار و تخفيف الإجراءات الخاصة بذلك. و تمثلت هذه التحفيظات في:

- تخفيض الرسم الإيجاري السنوي المحدد من طرف مصالح أملاك الدولة المختصة إقليميا، ما يوافق 33/1 من القيمة السوقية للأرض المتنازل عليها، حيث حدد هذا التخفيض كالتالي:

• التخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة، بعنوان منح الأراضي عن طريق الامتياز من أجل إنجاز مشاريع استثمارية، بالدينار الرمزي للمتر المربع(م²) لفترة خمسة عشرة(15) سنة و ترتفع بعد هذه الفترة إلى 50% من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في المناطق التابعة للهضاب العليا، و كذا المناطق الأخرى التي تتطلب تنميتها مساهمة من قبل الدولة.

• بالدينار الرمزي للمتر المربع(م²) لفترة خمسة عشرة (15) سنة و ترتفع بعد هذه الفترة إلى 50% من مبلغ إتاوة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في ولايات الجنوب الكبير.

• 90% خلال فترة إنجاز الاستثمار و التي يمكن أن تمتد من سنة إلى ثلاث سنوات.

• 50% خلال فترة الاستغلال و التي يمكن أن تمتد من سنة إلى ثلاث سنوات.

* بعنوان مرحلة الاستغلال: طبقا لأحكام المادة 14 من قانون ترقية الاستثمار فإنه تمنح المزايا لفائدة الاستثمارات التي يساوي مبلغها أو يفوق خمسة ملايين دينار (5.000.000.000 دج)، للموافقة المسبقة من المجلس الوطني للاستثمار.

ب-المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني: طبقا لأحكام المادة 17 من قانون ترقية الاستثمار فإنه:"تستفيد من المزايا الاستثنائية الاستثمارات التي تمثل أهمية خاصة للاقتصاد الوطني، و المعدة على أساس اتفاقية متفاوض عليها بين المستثمر و الوكالة التي تتصرف

¹ المادة 13 ، القانون رقم 16-09 المتعلق بترقية الاستثمار المؤرخ في 3 أوت 2016، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد46، ، 3 أوت 2016ص.20.

باسم الدولة، حيث تبرم الوكالة هذه الاتفاقية بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار". وتتضمن هذه المزايا الاستثنائية ما يلي:¹

-منح إعفاء أو تخفيض طبقا للتشريع المعمول به، للحقوق الجمركية و الجبائية و الرسوم و غيرها من الاقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي و الإعانات و المساعدات أو الدعم المالي، و كذا كل التسهيلات التي قد تُمنح، بعنوان مرحلة الانجاز، للمدة المتفق عليها.

-يؤهل المجلس الوطني للاستثمار لمنح الاعفاءات أو التخفيضات للحقوق أو الضرائب أو الرسوم، بما في ذلك الرسم على القيمة المضافة المطبق على أسعار السلع المنتجة التي تدخل في إطار الأنشطة الصناعية الناشئة، حسب الكيفيات المحددة عن طريق التنظيم، و لمدة لا تتجاوز خمس (5) سنوات.

-يمكن أن تكون مزايا الانجاز المقررة في هذه المادة(المادة 17)، بعد موافقة المجلس الوطني للاستثمار، محل تحويل للمتعاقدين مع المستثمر المستفيد، و المكلفين بإنجاز الاستثمار لحساب هذا الأخير، حسب الكيفيات و الشروط المحددة عن طريق التنظيم.

و يمكن إبراز بعض المزايا المرتبطة بذلك فيما يلي:²

1- يتكفل صندوق دعم الاستثمارات والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية.

2- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19 %، في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25 % من هذه الضريبة.

3- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون سواء الوطنيون أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحة والأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة.

4- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب من تخفيض يقدر ب 3% و 4.5 % على التوالي، وذلك من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.

5- تستفيد عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تُنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب في إطار "مخطط نوعية السياحة" من تخفيض يقدر ب 3% و 4.5 % على التوالي من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.

¹ المادة 17، المرجع السابق، ص21.

² آمال حابس، تقييم الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، 2017-2018، ص 155،156

6-الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، وذلك بالنسبة للنشاطات السياحية الفندقية والحموية.
7-تطبيق النسبة المخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة، وذلك إلى غاية 31 ديسمبر 2019 ، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي.
8-الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، وكذا تأسيس مؤسسات في قطاع السياحة.

9-تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا.
10-من أجل تشجيع قطاع السياحة على مستوى الجنوب والهضاب العليا، تستفيد الأراضي الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر ب 50 % 80% على التوالي.
11-توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، لفائدة الاستثمارات المتعلقة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

ج- إنشاء عديد الهيآت لدعم الاستثمار السياحي و التنمية السياحية: و على رأسها نجد¹
وزارة السياحة والصناعات التقليدية: مسؤولة عن إعداد واقتراح آليات التهيئة السياحية والتدابير المرتبطة بالحصول على العقار السياحي والمحافظة على التراث السياحي واقتراح كل التدابير التقييمية المخصصة للمحافظة على العقار السياحي ومناطق التوسع والمواقع السياحية وتثمينها إلى جانب المبادرة بالدراسات الاستشرافية المتعلقة بتنمية القدرات الوطنية في مجال السياحة والحمامات المعدنية والمناخية والعلاج بمياه البحر وضمان تأطير ومتابعة إنجاز مشاريع الاستثمارات السياحية مع وضع آليات التخطيط ومتابعة التطور السياحي الداخلي والدولي.

الديوان الوطني للسياحة: يعتبر الديوان الوطني للسياحة أحد المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري، حيث يشكل أحد الأدوات الفعالة في يد الحكومة لتحديد السياسة الوطنية في مجال السياحة وتنفيذها. يقوم بالعديد من المهام خاصة منها التي تتعلق بالمخطط الوطني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية واعداد التنمية السياحية. و يكمن دوره في إعادة بعث نشاط السياحة الإستقبالية وإحياء الوجهة الجزائرية من خلال تصميم ووضع حيز التنفيذ سياسة ترقية وإشهار المقصد السياحي الجزائري على المستويين الداخلي والخارجي، إضافة الى انه يقوم بمهام أخرى كتحديد محاور تنمية القطاع السياحي في الأمدين المتوسط والطويل ويقترحها، كما يمثل الجزائر في اجتماعات المنظمات الجهوية أو الدولية المتخصصة إضافة فانه يقوم بدور التنسيق والمتابعة وفقا للأحكام التشريعية المعمول بها في كل

¹ ناصر دبة، محمد السعيد مزياي، الاستثمار الأجنبي المباشر كآلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 09، العدد 01، 2019، ص ص 09-11.

مشروع استثمار سياحي أجنبي في الجزائر وكل شكل آخر من أشكال تدخل المتعهدين الأجانب في القطاع.

الوكالة الوطنية للتنمية السياحية: هي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي 19 وتعمل هاته الوكالة على ترقية وتأطير النشاطات السياحية في اطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة . حيث تنص المادة 18 من القانون رقم 03-03 على أنه : تسند مهمة اقتناء، تهيئة، ترقية، إعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع و المواقع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية إلى الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، حيث يتضح ترخيص حق الامتياز يتم بقرار من الوالي بعد موافقة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة حول الأراضي التابعة لمنطقة التوسع السياحي.

الديوان الوطني للتطوير والاعلام في الميدان السياحي: له دور الوساطة بين الذين يقدمون الخدمات في الجزائر والطلب الكائن في الخارج ويضم 35 وكالة تتوزع على 25 ولاية، إذ يعتبر مؤسسة وطنية ذات طابع اقتصادي تجاري في علاقاتها مع الغير، ويتولى الكثير من المهام من بينها تطوير مجال السياحة والاعلام والاشهار السياحي والعمل في ميدان التنشيط والتسليّة وكذا مجال التجهيز.

المطلب الثالث: الخطة الاستراتيجية للاستثمار في قطاع السياحة بالجزائر

تطوير القطاع السياحي يستوجب وضع خطط واستراتيجيات على المدى المتوسط والطويل، من أجل تامين الموارد السياحية والاستفادة منها في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، ولهذا عملت الجزائر وضع على وضع الاستراتيجية السياحية الخاصة بها قصد تطوير وتنمية القطاع السياحي، ونستعرض فيما يلي هذه الاستراتيجية السياحية و نتائجها الأولية

أولاً: الاستراتيجية السياحية للجزائر آفاق 2030

نظرا لتزايد الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ودوره التنموي من جهة، والضعف المسجل على القطاع السياحي الجزائري من جهة أخرى، فإنّ الجزائر ومحاوله منها للنهوض بهذا القطاع عمدت إلى صياغة استراتيجية سياحية بدءا من سنة 2008 أطلق عليها، اسم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وهذا تطبقا للقانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001.

1-تقديم المخطط الوطني للتهيئة السياحية

تعرف التهيئة السياحية حسب القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة على أنها مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات

سياحية تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة المراد تحقيقها¹.

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 (SDAT 2025) الإطار الاستراتيجي للسياحة في الجزائر، إذ يوضح هذا المخطط النظرة الوطنية للتنمية السياحية على المدين المتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة².

وتجدر الإشارة إلى أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية آفاق 2025 الذي يجسد مسؤولية الدولة في تحديد مبادئ وأسس السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة مثلما حددها القانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة حيث يعتبر المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية أهم أداة لتهيئة الإقليم.

2-الأهداف الكبرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

- تتمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- تتمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.
- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

كما يركز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات وهي:³

2-1 تتمين الوجهة السياحية: بعدما عانت الجزائر من بعض الدهنيات السلبية و فوضى وانعدام الأمن والانغلاق و أيضا من غياب في الاستثمارات السياحية و ما نتج عنه من ضعف في التنمية السياحية رغم الامكانيات التي تتوفر عليها، وجب عليها الاعتماد على مميزات القوية من مناخ معتدل ومتنوع ومواقع جذابة وتنوعها الثقافي وسهولة الوصول إليها بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة، إن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع استراتيجيات ترقية واتصال لخلق وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة الابتكار والنوعية، وبعبارة أخرى الأمر يتعلق بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية

¹ القانون 01-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003، ص 05.

² وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 04.

³ يحيى سعدي، سليم العمراوي، مرجع سبق ذكره، 2013، ص 108، 109.

وقراءة لختم الجزائر، ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج وتسجيله كمنتوج جزائري سياحي مزود بشعار يشكل قاعدة عمل لمخطط التسويق.

2-2 إطلاق أقطاب الامتياز السياحي: إن اختيار تركيز الوسائل في الأقطاب (على المستوى الوطني) إنما يرمي إلى النهوض السياحي لكافة التراب الوطني، وتفعيل السياحة كون هذه الأقطاب تشكل دوافع التنمية السياحية، وقد تم في هذا الصدد الانطلاق في 80 مشروع سياحي في 7 أقطاب تمثل المشاريع ذات الأولوية للفترة (2008/2015)، وهي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): المواقع السياحية في الجزائر حسب الأولوية السياحية

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	- الشمال الشرقي
32	- شمال الوسط
18	- الشمال الغربي
04	- الجنوب الغربي (الوحدات)
02	- الجنوب الغربي (توات قورارة)
01	- الجنوب الكبير (الهوقار)
00	- الجنوب الكبير (الطاسيلي)
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008، ص 19.

يهدف هذا المخطط إلى إنعاش السوق السياحية في الجزائر عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية المدرجة ضمن المشاريع ذات الأولوية المدعومة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، والدورات السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية وتعدد الأقطاب من خلال دمج العوامل الاجتماعية، الثقافية والأخذ بتوقعات طلبات السوق، وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة سبعة أقطاب سياحية وهي:

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: عنابة، الطارف، جيجل، سكيكدة، قالمة، تبسه، سوق أهراس.

- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو.

- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

-القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه.

-القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: ألوات، القرارة، طرف القصور، أدرار، تيممون، بشار.

-القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: طاسيلي، إيليزي، جانت.

-القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست.

يتم توفير منتجات سياحية متنوعة ومتكاملة من أجل الاستجابة لتوقعات الزبائن وهذا من خلال توفير سياحة متنوعة وتسهيل عملية الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني من خلال إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على الاستدامة وتنمية القطاع.

2-3 مخطط النوعية السياحية: يحتاج العرض السياحي إلى تطوير النوعية من أجل المحافظة على تنافسية القطاع من خلال التكوين والتعليم وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تطوير المنتج السياحي يشمل مخطط النوعية السياحية على ما يلي:

-تحسين نوعية وتطوير العرض السياحي.

-منح رؤية جديدة للمحترفين؛.

-حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.

-ترقية وجهة الجزائر كوجهة نوعية.

-ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين.

-إعداد مقاييس امتياز للتربية والتكوين.

-ابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

2-4 مخطط الجودة في القطاع السياحي

تعد النوعية مطلباً ضرورياً للدول السياحية الكبيرة، فهي الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني والذي يعاني الكثير من النقائص، تهدف الحركة الثالثة من خلال الارتكاز على التكوين والتعليم وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم إلى:

-حث المتعاملين في السياحة على العمل بالإجراءات النوعية؛

-إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة النوعية السياحية؛

-التموقع منذ الآن ضمن منظور تحسين النوعية، والعرض السياحي، وتشجيع ترقيته في الجزائر وفي

الخارج؛

-بعث ديناميكية التكوين وترقية الوجهة السياحية للخارج.

2-5 مخطط الشراكة العمومية والخاصة

يمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح، فالدولة تلعب دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت في المطارات والطرق في خدمة السياحة، كما تسهر على حفظ النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويضمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف، إن هدف الدولة من خلال هذا المخطط إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج والتوزيع للمنتج السياحي في مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي.

2-6 تطوير الاستراتيجية للتمويل في قطاع السياحة

يهدف هذا المخطط إلى تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية، وفي هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات سوف تسمح بمرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع في اتخاذ القرار وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى تسهيل منح القروض والحسومات وتمديد مدة القروض والهدف من هذه الإجراءات يتمثل في:

- حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- العمل على تجنيد المشاريع السياحية التوقف؛
- جذب وحماية كبار المستثمرين المحليين والأجانب؛
- تسهيل وتكثيف التمويل المصرفي للنشاطات السياحية، وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي.

3- الأهداف العامة المادية والنقدية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

3-1 الأهداف العامة: يمكن تلخيصها فيما يلي¹:

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، التشغيل؛
- تحسين التوازنات الكلية (التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار)؛
- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية؛
- تثمين التراث الثقافي والتاريخي؛
- التحسين الدائم لصورة الجزائر.

¹ عبد القادر حسين، إستراتيجية التنمية المستدامة في القطاع السياحي في الجزائر، على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030- الآليات والبرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد2، 2013، ص 193.

3-2 الأهداف المادية والنقدية: والجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (13): خطة الأعمال السياحية في الجزائر لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح (مليون سائح)	1.7	2.5
عدد الأسرة	84896	159896
المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي	1.7	3
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	0.219	1.5 إلى 2
مناصب الشغل	200000	400000

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، مرجع سابق، ص 18.

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن عدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 2.5 مليون ضعف، أما عدد الأسرة فكان مستوى التطور المستهدف ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكان المعدل المستهدف هو 03 بالمئة سنة 2015، في حين قدرت الزيادة المستهدفة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007 كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.¹

وتجدر الإشارة إلى أنه تم تمديد الإطار الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى أفق 2030.

ثانيا: تقييم أداء الرؤية الإستراتيجية لصناعة السياحة SDAT 2030 وتحديات الإنطلاق بصناعة السياحة:

1- الطاقة الفندقية:

إن الرهانات التي رفعتها الجزائر في مخططها الإستراتيجي للإنطلاق بالقطاع السياحي وبناء إقتصاد سياحي يعول عليه لمرحلة ما بعد البترول لم تكن رهانات عشوائية أو قرارات ارتجالية بل كانت نتاجا لعدة دراسات ونقاشات من الأطراف الفاعلة في القطاع السياحة، لكن المرحلة الأولى من هذا المخطط كشفت العديد من المعوقات التي حالت دون الوصول إلى الأهداف المسطرة :

1-1 تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهياكل الفندقية: (تقييم المرحلة الأولى من

المخطط):لقد برمج إنجاز 75000 سرير من النوع الفخم بغرض استقبال 2.5 مليون سائح في حدود سنة 2015 والجدول الموالي يوضح نسبة الإنجاز وتقدم الأشغال إلى غاية 2015 في الهياكل الفندقية المرعبة خلال هذه الفترة.

¹ المرجع السابق، ص:180.

الجدول (14): وضعية المشاريع السياحية نهاية 2015

مجموع المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	المجموع الإجمالي للكلفة بمليار دج
مشروع في طور الانجاز	504	69 138	234,877
مشاريع متوقفة	101	8 591	27,379
مشاريع غير منطلقة	607	78 813	240,947
مشاريع تم انجازها	58	4 241	10,234
المجموع	1270	160 783	513,437

المصدر: ساعد بوراوي، تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص:125.

من خلال الجدول ، يتبين أن العدد الإجمالي للمشاريع المسجلة على مستوى وزارة السياحة بلغ 1270 مشروعا في نهاية 2015 بكلفة إجمالية تقدر ب 513,437 مليار دينار جزائري، وبطاقة إيواء تبلغ 160783 سرير، وقدر عدد المناصب الممكن إحداثها ب 63592 منصب شغل مباشر، أي ما يقابل 0.39 منصب شغل مباشر لكل سرير مستحدث، ويعتبر هذا المعدل منخفضا مقارنة بالمتوسط المحقق دوليا والذي يقدر ب 0.5 منصب شغل مباشر لكل سرير.

كما يلاحظ بطى وتيرة انجاز المشاريع السياحية في الجزائر، التي لا تلي الاحتياجات الحالية في الحظيرة الفندقية المطلوب انجازها في نهاية 2015 المقدرة ب 160783: سرير، حيث بلغت المشاريع التي لم تنطلق بعد 607 مشروعا وتمثل نسبة 47.79 % من المجموع، ولا تمثل المشاريع المنجزة إلا نسبة ضئيلة بلغت 4.56 % أي 58 مشروعا.¹

1-2 وضعية المشاريع الإستثمارية إلى غاية 2019 : في آخر تحديث لبيانات الإستثمار من طرف وزارة السياحة يشير إلى أنه إلى غاية 2019 تم اعتماد 2455 مشروع في قطاع السياحة مستهدف انشاء 317 804 سرير، تم انجاز 107 مشروع فقط في حين هناك 889 مشروع في طور الإنجاز، أما المشاريع المتوقفة فبلغت 239، أما الحصة الأكبر فهي المشاريع غير المنطلقة و التي بلغت 1220 مشروع²

و تبقى هذه الأرقام في ما يخص الحظيرة الفندقية و قدرات الإستقبال بعيدة كل البعد عما ما هو مستهدف في المرحلة الأولى من المخطط. حيث و بنهاية 2019 أصبحت الحظيرة الفندقية كالتالي:

¹ ساعد بوراوي، تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص:125.

² إحصائيات السياحة و الصناعة التقليدية سنة 2019، وزارة السياحة والصناعة التقليدية و العمل العائلي، المديرية الفرعية للإحصائيات، جانفي 2020، ص:28.

الجدول (15): وضعية الحضيرة الفندقية لغاية نهاية سنة 2019

سنة 2019		الطابع
عدد الأسرة	عدد الفنادق	
80470	1045	حضري
32926	252	ساحلي
5895	76	صحراوي
4502	25	حموي
1 883	19	مناخي
125 676	1 417	المجموع

المصدر: إحصائيات السياحة و الصناعة التقليدية سنة 2019، وزارة السياحة والصناعة التقليدية و العمل العائلي، المديرية الفرعية للإحصائيات، جانفي 2020، ص06.

من خلال الجدول و مقارنة بأهداف المخطط التوجيهي، نلاحظ أن الأهداف المسطرة لا تزال بعيدة و لم ترق إلى تحقيق حتى أهداف المرحلة الأولى أي حوالي 160000 ألف سرير بحلول 2015، و لم يتحقق هذا الهدف إلى غاية 2020، بسبب الاشكالات العديدة التي صاحبت تنفيذ المخطط، و توقف عديد المشاريع بل أكثر من ذلك عدم انطلاقها أصلا.

2- المؤشرات الاقتصادية:

وهي مختلف الآثار الناجمة في الإقتصاد الوطني وأهمها:

2-1 تطور الإيرادات السياحية :

تعتبر الإيرادات السياحية من الأهداف الأساسية لتطوير وتنمية القطاع السياحي، وتعكس الإيرادات السياحية غالبا عدد السياح، فالعلاقة طردية بين عد السياح والإيرادات السياحية، وبالرجوع إلى الإيرادات السياحية في الجزائر فهي قليلة جدا و لا تعكس حقيقة المقومات السياحية في الجزائر، بل وتعكس بصورة واضحة العدد القليل من السياح المتجهين نحو الجزائر. حيث تهدف السياسة التنموية التي شرعت فيها الجزائر لتطوير السياحة الى الرفع من إيراداتها حتى تصل في مرحلة أولى إلى 2000 مليون دولار وسوف نعرض تطورها خلال السنوات السابقة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2006-2019)

الوحدة: مليون دولار

السنوات	الإيرادات	نسبة المساهمة من إجمالي الصادرات
---------	-----------	----------------------------------

0.69	393	2006
0.53	334	2007
0.58	373	2008
0.75	361	2009
0.53	324	2010
0.39	300	2011
0.38	295	2012
0.48	326	2013
0.55	316	2014
0.91	347	2015
0.75	246	2016
0.46	171	2017
0.44	192	2018
0.37	160	2019
0.50	275.8	المتوسط

Source:UNWTO, Faits Saillants OMT du tourisme, édition 2007-2019,madrid, DATA World bank

بالنظر إلى بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أم متوسط الإيرادات السياحية للجزائر من سنة 2006 إلى سنة 2019 بلغ 275.8 مليون دولار سنويا وهي نسبة ضعيفة نوعا ما خلال خمسة عشر سنة كاملة، مقارنة بالرقم المستهدف مع تسجيل بعض التذبذبات بمعدلات تطور سالبة سنة 2011 و2012، لتعود للتعافي بين سنة 2013 إلى سنة 2015، لتتخفف بعدها بشكل تدريجي، وتبقى نسبة مساهمة قطاع السياحة في صادرات الجزائر خلال هذه الفترة هامشية، إذ كان متوسط المساهمة هو 0.50% وهي نسبة ضعيفة جدا إذا ما قورنت مع دول الجوار.

وعلى الرغم من ارتفاع قيمة الإيرادات السياحية إلى 347 مليون دولار سنة 2015 لتمثل 0.91 بالمئة من إجمالي الصادرات إلا أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال ضعيفا وحجم الإيرادات يبقى بعيدا عن الرقم المستهدف في المرحلة الأولى من المخطط التي استهدفت إيرادات بين 1500 و 2000 مليون دولار.¹

2-2 مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

¹ جيم تينتين، جهاد بطال أوغلو، السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي - الآفاق و التحديات - مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية، منظمة التعاون الإسلامي: 2017، ص: 79.

تظهر مساهمة المداخيل السياحية في الناتج المحلي الإجمالي خلال سنوات الفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2006-2019)

السنوات	نسبة مساهمة السياحة والسفر في PIB (%)
2006	3.3
2007	3.2
2008	3.1
2009	3.7
2010	3.4
2011	3.3
2012	3.3
2013	3.6
2014	3.3
2015	3.5
2016	3.6
2017	3.25
2018	3.2
2019	3.25
المتوسط	3.4

المصدر: صندوق النقد العربي، نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية، أبو ظبي، 2015، ص 44.

- WORLD Travel & Tourism Council, www.wttc.org/datagetway . consulté le 05/05/2020

يتضح لنا من الجدول أن مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي PIB للفترة (2006-2016) عرفت تذبذب في معظم تلك الفترة حيث كانت تمثل سنة 2015 ما يقدر بـ 3.5%، وسنة 2010 بحوالي 3.4% ونسبة 2019 حوالي 3.25%، وهي مردودية ضعيفة للقطاع السياحي في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي سواء قبل بداية تطبيق المخطط أو بعده مع الأخذ بعين الاعتبار أن الإحصائيات تشمل قطاع السياحة و السفر معا.

ويعود هذا التذبذب في أداء القطاع السياحي إلى اعتماد الاقتصاد الجزائري بصفة كبيرة على المحروقات خصوصا أثناء ارتفاع أسعار النفط العالمية، حيث تمثل نسبة مساهمته في الناتج المحلي أكثر من 90%¹.

¹ الهادي البكاي، عبد القادر قديد، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 1990 – 2019، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، 2021، ص 74، 75.

كما أن نسبة السياحة في الناتج الوطني لا يتوقف فقط على مدى تطور النشاط السياحي في البلد، وإنما بالإضافة إلى ذلك يتأثر بتطور القطاعات الإنتاجية الأخرى مثل الصناعة والزراعة ومدى منافستها للقطاع السياحي.¹

لكن من حيث مقارنة النسب المحققة بما هو مستهدف في مخطط التنمية السياحية فيما يتعلق بتقدير المساهمة المباشرة للناتج السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ، نلاحظ أن الجزائر حققت النسبة المستهدفة المقدرة ب 3 % وهي نسبة تقديرية متواضعة مقارنة بما هو مستهدف في باقي دول المغرب العربي التي وصلت إلى 7.7 % في تونس ، و 10 % في المغرب. كما أنها بعيدة عن المعدل العالمي و الإفريقي المحقق سنة 2016 حيث تشير الإحصاءات الصادرة عن المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC 2016) إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي يصل إلى 9.8 %، كما بلغ هذا المعدل 8.10 % في إفريقيا²

2-3 مساهمة قطاع السياحة في توفير مناصب الشغل :

كانت التوقعات للفترة الأولى من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تهدف إلى توفير 400.000 منصب عمل خلال الفترة بين 2008 إلى 2015 والجدول الموالي يوضح عدد المناصب الموفرة في قطاع السياحة.

الجدول رقم (18): مساهمة القطاع السياحي في التشغيل خلال الفترة (2006-2019)

السنوات	عدد العاملين (بالآلاف)	النسبة المباشرة في التشغيل	النسبة الكلية في التشغيل
2006	239,024	2.66	6.43
2007	225,393	2.50	6.13
2008	227,642	2.41	5.49
2009	269,115	2.67	6.12
2010	254,012	2.53	5.42
2011	266,622	2.61	5.31
2012	289,271	2.80	5.99
2013	321,881	2.96	6.24
2014	298,997	2.87	6.08
2015	305,453	2.92	6.12
2016	299,017	2.79	5.91
2017	302,012	2.78	5.83
2018	300,723	2.76	5.78
2019	309,505	2.83	5.94

المصدر: الهادي البكاي، عبد القادر قديد، مرجع سبق ذكره، ص77.

¹ مصطفى يوسف كاني، فلسفة اقتصاد السياحة و السفر، مرجع سبق ذكره، ص107

² مساعد بوراوي، مرجع سابق، ص: 214، 215.

تشير البيانات الواردة في الجدول أن عدد العمال في القطاع السياحي بلغ عدد العمال 309505 عامل سنة 2019 بعد أن كان عددهم 239024 عام 2006 ، محققا بذلك نموا ملحوظا، إلا أن نسبة المساهمة المباشرة في اجمالي التشغيل حققت متوسطا ضئيلا بنسبة 2.71% ، وهذا نظرا لمحدودية القطاع و ضعف أدائه الاقتصادي في الجزائر، وبما أن طبيعة النشاط السياحي الذي يتصف بتشابكه مع قطاعات أخرى فإنه يساهم كذلك في توليد فرص عمل غير مباشرة في هذه القطاعات نسبتها تتراوح ما بين 4.67% و 6.47% خلال فترة الدراسة مثل ما تشير اليه البيانات، وهذا ما يفسر أهمية هذا القطاع في تخفيض معدلات البطالة إذا ما استثمر فيه بنحو جيد¹.

2-4 تطور حجم الإستثمارات السياحية في الجزائر:

يسعى الاستثمار السياحي في الجزائر لتغطية العجز المسجل في الطاقة الإيوائية كما تم الإشارة إليها سابقا. و حسب المجلس العالمي للسياحة والسفر فإن أرقام السياحة تشير إلى محدودية وشح مبالغ رأس المال المستثمر في السياحة خلال الفترة 2006-2019 كما في الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): تطور حجم الإستثمارات السياحية خلال الفترة (2006-2019)

السنوات	تطور حجم الإستثمارات السياحية (مليار دولار)
2006	1.86
2007	2.05
2008	1.53
2009	1.65
2010	1.36
2011	1.23
2012	1.26
2013	1.30
2014	1.40
2015	1.71
2016	1.78
2017	1.81
2018	1.67
2019	1.75

Source: World Travel and Tourism Council (WTTC), Travel and Tourism Economic Impact in Algeria, annual research, 2019

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن حجم الاستثمارات في قطاع السياحة خلال هذه الفترة سجل أحسن قيمة سنة 2007 إذ بلغت 2.05 مليار دولار و هي قيمة متواضعة جدا خصوصا مع الاخذ

¹ الهادي البكاي، عبد القادر قديد، مرجع سبق ذكره، ص78.

بعين الاعتبار التسهيلات الممنوحة من طرف الدولة للمستثمرين في القطاع، إضافة الى هذا فقد استمرت الاستثمارات السياحية في الانخفاض لتبلغ حوالي 1.75 مليار دولار سنة 2019 ، و هو أمر غير محفز تماما لبلوغ الأهداف المرصودة، دولار وهو رقم متواضع يؤكد ضعف الاستثمار السياحي في الجزائر.

و حسب المجلس العالمي للسياحة والسفر فإن أرقام السياحة تشير إلى محدودية و شح مبالغ رأس المال المستثمرة في السياحة فهي لم تتعد في أحسن حالاتها 3 % من إجمالي الاستثمارات طيلة هذه الفترة.¹ رغم أن قطاع السياحة يشهد اهتماما متزايدا في السنوات الأخيرة خاصة بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تأمل الدولة من خلاله الاستفادة من الفرص المتاحة في تنمية القطاع إلا أن الأرقام المحققة تبقى بعيدة عن ما هو مخطط ، خاصة إذا ما قورنت بدول الجوار تونس و المغرب اللتان تعتبران دولتان سياحيتان تستقطبان عددا كبيرا من السياح ، إذ نجد الجزائر احتلت المرتبة 123 ب 2.93 نقطة ضمن مؤشرات التنافسية السياحية لسنة 2015 ضمن ترتيب 141 دولة شملها تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي، في حين تحتل تونس المرتبة 79 بمجموع نقاط 3.54 و المغرب المرتبة 62 ب 3.81 نقطة و هو ما يعكس واقع القطاع السياحي وحجم العراقيل التي واجهها الإستثمار في هذا القطاع بالجزائر.²

إذا فبالرغم من تبني الجزائر لسياسات تنموية هامة تعمل على تعزيز القطاع السياحي والنهوض به من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي بدأ تنفيذه منذ 2008 ، إلا أن مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني تبقى ضعيفة، و يتجلى ذلك في ضعف الإيرادات المحصل عليها و التي تؤدي إلى ضعف مساهمة القطاع في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى محدودية القطاع في خلق مناصب عمل ، مما يقتضي ضرورة إعطاء دفع جديد لهذا المخطط و تحيينه و إزالة العقبات التي تعترض إنجاز مشاريعه، من خلال ضرورة وجود تصور شامل لعملية الإستثمار السياحي و ترابطها مع القطاعات الأخرى، و هنا تأتي ضرورة تفعيل الاعتماد على دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية لضمان أكبر نجاعة.

¹ آسيا بلقاضي، مرجع سبق ذكره، ص 141

² حري المخطارية، دور الإستثمار الأجنبي المباشر في ترقية الإستثمار السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف، 2017، ص:234.

خلاصة:

اكتسى الاستثمار في قطاع السياحة طابعا استراتيجيا فصارت من أهم وأكبر الصناعات التي تساهم في تفعيل التنمية الاقتصادية، حيث أنها تعتبر إحدى العمليات المهمة في تنمية الإقليم اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، دينيا وذلك لا يتحقق إلا بتضافر الجهود والبرامج والخطط التي تهدف إلى تطوير وتوازن الموارد السياحية، وتعميق ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

ف تطوير وتنمية القطاع السياحي يعتبر ذو أهمية بالغة في التنمية الاقتصادية لمعظم دول العالم، كونها تؤمن مورد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات فهي تتمثل في الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي، وترتبط بالتنمية ارتباطا وثيقا، هذا ويعتبر تطوير وتنمية القطاع السياحي مصدرا هاما للتخفيف من البطالة وخلق فرص عمل، إضافة إلى إعادة توزيع الدخل على الدولة ومختلف فئات المجتمع، وتحسين القيمة المضافة والناتج القومي ناهيك عن أثره الإيجابي على مختلف المتغيرات الاقتصادية الكلية المباشرة وغير المباشرة، بالإضافة إلى خلق وتنمية علاقات بين القطاع السياحي ومختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما يعتبر القطاع السياحي قطاعا فعالا في تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم.

و نظرا لتزايد الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ودوره التنموي من جهة، والضعف المسجل على القطاع السياحي الجزائري من جهة أخرى، فإنّ الجزائر ومحاوله منها للنهوض بهذا القطاع عمدت إلى صياغة استراتيجية سياحية بدءا من سنة 2008 أطلق عليها اسم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وهذا تطبقا للقانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، الهدف منها إعطاء ديناميكية أكبر للإستثمار السياحي، قصد الاستفادة من القيم المضافة التي يمنحها الاستثمار في هذا القطاع خصوصا في ظل الامكانيات الهائلة التي تتوفر عليها. غير أن الأرقام المحققة مقارنة بما هو مخطط تجعل من عملية الاستثمار السياحي تحتاج إلى تقييم و تقويم و مزيد من الدراسات حتى تكون أكثر نجاعة و فاعلية.

الفصل الثاني

دراسات الجدوى الاقتصادية للاستثمار
في المشاريع السياحية

تمهيد:

لقد حظي موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية بالاهتمام الكبير لدوره في تحقيق الاستخدام والتوزيع الأمثل للموارد السياحية المتاحة، فهناك علاقة وثيقة بين دراسات الجدوى الاقتصادية وطبيعة القرارات الاستثمارية، فكلما اعتمد القرار على دراسات شاملة ودقيقة وموضوعية وعلمية، كلما كانت القرارات أكثر نجاحاً وأماناً في تحقيق الأهداف، حيث تقدم دراسات الجدوى منظومة متكاملة من الحلول الشاملة بهدف تخصيص الموارد على نحو يضمن استغلال أفضل للمردودية، تقليص الهدر وتعظيم المنافع على المستوى الفردي والجماعي وكذلك التنبؤ بسلوك المشروع الاقتصادي في المستقبل، و عليه سنتناول في هذا الفصل بالدراسة دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية انطلاقاً من مفهومها العام و الخاص و كذا أهميتها و الجوانب التفصيلية الخاصة بها كدراسة، بالإضافة إلى العوامل المهمة التي يجب أخذها بعين الاعتبار أثناء القيام بها.

المبحث الأول: ماهية دراسات جدوى المشاريع الإستثمارية السياحية

تعتبر دراسة الجدوى فن "حديث نسبياً مقارنة بالفنون الاقتصادية والإدارية الأخرى. وقد أخذت في الانتشار في أعقاب الحرب العالمية الثانية، ونجد جذور هذه الدراسات عند كثير من أقطاب النظرية الاقتصادية. فقد أشار جون مينارد كينز إلى هذا المفهوم عندما تحدث عن الكفاية الحدية لرأس المال في كتابه الثوري "النظرية العامة في التوظيف، الفائدة والنقود". و سنتناول من خلال التالي مفهوم دراسة الجدوى الاقتصادية أهميتها، خطواتها و أهم السمات المميزة لها في إطار المشاريع السياحية.

المطلب الأول: مفهوم دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية

إن كثير من أدبيات الفكر الاقتصادي تشير إلى أن دراسة الجدوى ما هي إلا خطة، متعددة المراحل في إطار تنفيذ المشروع. وتعرف على أنها دراسة شمولية قائمة على التقديرات المستقبلية للموازنة بين تكلفة توجيه الأموال نحو استثمار معين والعائد المتوقع طيلة حياة المشروع الاستثماري. فهي وسيلة للحصول على نظرة شاملة للمشروع المراد تنفيذه و تقييم مدى قدرته على تحقيق أهدافه¹. كما أن دراسة الجدوى تحليل لمدى صلاحية فكرة المشروع و تجيب على سؤال ما إذا كانت فكرة المشروع المقترح قابلة للتنفيذ أم لا.²

ويعكس مفهوم الجدوى الاقتصادية بدوره مفهوم خطة المشروع. هذا يعني أن رجال الأعمال وبالاعتماد على دراسات الجدوى الاقتصادية يخططون لإنفاق رهن على أساس تدفقات مقدرة ومحتملة في المستقبل. ويغلب على دراسات الجدوى الاقتصادية الطابع التقييمي في عملية المفاضلة بين البدائل الاستثمارية. فاختيار البديل الاستثماري الأفضل يعني إخضاع متغيرات الاستثمار لمعايير خاصة في عملية الانتقاء المطلوبة.³

و لقد حظي موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية بالاهتمام الكبير في تحقيق الاستخدام والتوزيع الأمثل للموارد السياحية المتاحة، فهناك علاقة وثيقة بين دراسات الجدوى الاقتصادية وطبيعة القرارات الاستثمارية، فكلما اعتمد القرار على دراسات شاملة ودقيقة وموضوعية وعلمية، كلما كانت القرارات أكثر نجاحاً وأماناً في تحقيق الأهداف و سنتناول فيما يلي تعريف دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية.

¹Overton, R, **Feasibility Studies Made Simple**, 1st Ed., Martin Books Pty Ltd, U.S.A,2007, P06.

² Munsaka, T, **The Importance of Project Feasibility Study**, GRIN Verlag, Munich, Germany, 2003, P03.

³ حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، الجدوى الاقتصادية و تقييم المشاريع، الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص21.

أولاً- تعريف دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية:

رغم تعدد المفاهيم حول مصطلح دراسات الجدوى إلا أنه يتراوح مداها بين المفهوم الواسع الذي يشمل كافة الدراسات التمهيديّة والتفصيلية التي تتم على الفرص الاستثمارية منذ بحثها كفكرة استثمارية حتى الوصول إلى القرار النهائي بقبول الفرص أو رفضها حسب المعايير الاقتصادية. أما المفهوم الآخر لدراسة الجدوى فيتمثل في المفهوم الضيق، والذي يميز بين دراسات التعرف على الفرص الاستثمارية، ودراسات الجدوى ودراسات التقييم، وبغض النظر عن تعدد التقسيمات لمراحل جدوى المشروعات فإن الهدف النهائي من ذلك كله هو الوصول إلى قرار قبول أو رفض الفرص الاستثمارية محل الدراسة.¹

ومن أبرز التعريفات التي قدمت لدراسات الجدوى نجد من يعرفها بأنها: "مجموعة متكاملة من الدراسات المتخصصة تُجرى لتحديد مدى صلاحية المشروع الاستثماري من عدة جوانب قانونية، تسويقية، إنتاجية، مالية، اقتصادية، اجتماعية، لتحقيق أهداف محددة، والتي تمكن في النهاية من اتخاذ القرار الاستثماري الخاص بإنشاء المشروع من عدمه، بمعنى قرار قبول أو رفض فكرة المشروع."² كما عرفت على أنها: "عبارة عن أسلوب علمي يتضمن مجموعة من الدراسات التي تهدف إلى فحص وتقييم المشروع، وذلك من أجل اتخاذ قرار بالبدء فيه و مزاولته لنشاطه من عدمه".³ بمعنى أنها: " مجموعة من الأساليب العلمية المستمدة من علوم الاقتصاد والإدارة والمحاسبة تستخدم في تجميع البيانات ودراستها وتحليلها، بهدف تقييم المشروعات الاستثمارية."⁴

وعرفت أيضاً على أنها "أداة علمية تستخدم لترشيد قرارات الاستثمار الجديدة أو تقييم قرارات سبق اتخاذها، أو المفاضلة بين بدائل متعددة وذلك على أساس فني، مالي، اقتصادي، بيئي، وفي ضوء معطيات تتصل بالموقع، تكاليف التشغيل، الإيرادات، طاقات التشغيل، نمط التكنولوجيا...، وذلك باستخدام أساليب مستقرة ومتفق عليها في التحليل المالي وتقييم قرارات الإنفاق الاستثماري، ويتم ذلك كله في إطار دراسة سوقية استخدمت فيها أساليب البحث العلمي."⁵

¹ سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 23، 24.

² عاطف جابر طه عبد الرحيم، دراسات الجدوى: التأصيل العلمي والتطبيق العملي، دار الجامعة، القاهرة، 2003، ص 2.

³ سميرة عرفة شلبي، أحمد عرفة، دراسات الجدوى وماذا بعد الجدوى؟، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2005، ص 10.

⁴ آدم مهدي أحمد، الدليل لدراسات الجدوى الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 5.

⁵ أحمد محمد غنيم، دراسات الجدوى والتحليل المالي في ترشيد قرارات الاستثمار والائتمان، دار المستقبل، بور سعيد، مصر، 1993،

وهناك من يشير إلى أنها "تلك السلسلة المترابطة والمتكاملة من الدراسات التمهيديّة والتفصيلية والتي تتم على الفرص الاستثمارية منذ أن تكون كفكرة إلى غاية إقرار قبول تلك الفرص المتاحة أو رفضها وهذه الدراسة تتكون من مختلف الجوانب الإدارية والتسويقية والفنية، حيث يقوم بهذه الدراسات فريق من المختصين، كل واحد وفق اختصاصه".¹

و هي كذلك بمثابة: "منهجية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، تعتمد على المعرفة الدقيقة لاحتمالات نجاح أو فشل مشروع استثماري معين أو اختبار مدى قدرة هذا المشروع على تحقيق أهداف محددة، تتمحور حول الوصول إلى أعلى عائد ومنفعة للمستثمر الخاص أو الاقتصاد القومي أو لكليهما، على مدى عمره الافتراضي".²

إذا فدراسات جدوى المشروعات الاستثمارية هي نظرة علمية إلى الماضي وتقييم للحاضر وتصور للمستقبل بغية تحقيق هدف معين فهي بمثابة منهجية لاتخاذ قرار قبول أو رفض مشروع استثماري معين³، عن طريق نوع من التخطيط الذي يقوم على التفكير العلمي و المسبق من خلال البحث في مدى المكاسب والمنافع التي يمكن أن يحققها مشروع ما قبل الإقدام على تنفيذه.

أما فيما يخص دراسات جدوى المشاريع السياحية: فيمكن تعريفها بأنها:

" عبارة عن دراسات علمية شاملة لكافة جوانب المشروع السياحي والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اختيار البديل أو الفرصة الملائمة من بين عدة بدائل أو فرص استثمارية مقترحة. ولا بدّ أن تتصف تلك الدراسات بالدقة والموضوعية والشمولية؛ فهي مجموعة من الدراسات المتخصصة التي تجرى للتأكد من أن مخرجات المشروع السياحي (منافع، إيرادات) أكبر من مدخلاته (تكاليف) أو على الأقل مساوية لها".⁴

و يتضح من خلال هذا التعريف أن دراسة الجدوى تسعى إلى تحديد مدى صلاحية المشروع الاستثماري من خلال التوصل إلى إجابات محددة لعدد من الأسئلة المتعلقة بالمشروع المقترح من أهمها : أ. هل هناك سوق كافية لاستيعاب إنتاج المشروع المقترح طوال سنوات عمره الاقتصادي؟ بمعنى آخر هل هناك حاجة لمنتجات المشروع في الوقت الحاضر أو المستقبل؟.

ب . هل من الممكن تنفيذ المشروع من الناحية الفنية؟ بمعنى آخر هل تتوفر عناصر الإنتاج الأساسية اللازمة لإقامة وتشغيل المشروع طوال عمره الاقتصادي؟.

¹ عبد المنعم التهامي، دراسات الجدوى الاقتصادية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1984. ص20.

² عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية واتخاذ القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص24.

³ محمود أمين زويل، دراسة الجدوى وإدارة المشروعات الصغيرة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000، ص32.

⁴ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص239.

ج . هل تتوفر الموارد المالية اللازمة لتمويل المشروع في الأوقات المناسبة وبشروط اقتصادية؟.

د . هل المشروع مربح من وجهة النظر الخاصة؟.

هـ . هل المشروع مربح من وجهة النظر الاقتصادية؟ بمعنى هل سيظل المشروع مربحا إذا استخدمنا

الأسعار الاقتصادية في التقييم، والتي تعكس التكلفة الحقيقية؟.

و . هل المشروع مربح من وجهة النظر الاجتماعية؟ بمعنى آخر إذا تم الأخذ بعين الاعتبار الآثار

الخارجية للمشروع سواء كانت إيجابية أو سلبية، هل سيظل المشروع مربحا؟¹.

ثانيا- خصائص دراسات جدوى المشروعات السياحية:

تتميز عملية دراسات الجدوى بمجموعة من الخصائص و السمات يمكن الإشارة إليها في النقاط

التالية:

1- أنها مجموعة متكاملة من الدراسات المتخصصة تتسلسل في شكل مراحل متتالية ومتتابعة وفي

كل مرحلة يتم دراسة جانب أو مجال، ففي الدراسة التمهيديّة يتم التركيز على الفرص الإستثمارية

ومتغيرات البيئة الداخلية والخارجية، بينما يتم التركيز على العوامل السوقية في الدراسة التسويقية، والربحية

المتوقعة في الدراسة التجارية والعوامل والتكاليف الاجتماعية في الدراسة القومية وهكذا. فهذه الدراسات

مكملة لبعضها البعض وليست بديلة فمثلا من خلال دراسة السوق يمكن التعرف على الأمور الآتية:²

• دراسة العوامل المحددة للطب السياحي على منتجات وخدمات المشروع السياحي المقترح.

• تقدير حجم الطلب الحالي والمتوقع لمنتجات وخدمات المشروع السياحي.

• تقدير الحصة السوقية المتوقعة لمنتجات المشروع السياحي من السوق المحلية والإقليمية والعالمية.

• دراسة الآثار الناجمة عن تطوير المنتج السياحي الجديد ودوره في تحقيق مبدأ التكامل في العرض

السياحي.

2- يتم في كل مرحلة استخدام مجموعة من الأساليب والأدوات التحليلية تختلف عن الأخرى، ففي

الدراسة البيئية يتم استخدام أدوات الاقتصاد العام، بينما تستخدم طرق التنبؤ بالطب وأساليب قياس

السوق والإختبارات التسويقية، وفي الدراسة الفنية يتم الإستعانة بالأساليب الكمية وأساليب بحوث

العمليات، وفي الدراسة المالية يتم الإعتماد على التحليل المالية وتحليل الإستثمار، وبيانات التدقيق

النقدية، والعائد على الإستثمار في معايير الربحية التجارية، وتحليل العائد والتكلفة بالدراسة القومية، وهو

¹ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسات الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية مع مشروعات BOT، الدار الجامعية، ط2

الإسكندرية، مصر، 2001، ص13، 14.

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص240.

- ما يعنى أن الأساليب الرياضية أو أدوات التحليل المستخدمة يمكن أن تكون بسيطة أو معقدة أو متقدمة. وهذا يتوقف على حجم المشروع وخبرة وعلم القائمين بدراسة الجدوى.
- 3- تختلف نوعية الخبرات الفنية المطلوبة للدراسة من مرحلة إلى أخرى، فكل مرحلة تحتاج إلى نوع معين من الخبرات الفنية، فالدراسة البيئية تتطلب خبراء في القانون و التنظيم وتحتاج الدراسة التسويقية إلى خبراء في التسويق و بحوث السوق، في حين تتطلب الدراسة الهندسية خبرات في الإنشاء والتعمير .
- 4- هناك إرتباط وثيق فيما بين مراحل الدراسة بعضها لبعض، ففي نهاية كل مرحلة يتم إتخاذ قرارا إما بعدم الاستمرار ورفض اقتراح المشروع الإستثماري والتوقف وإما بالاستمرار وقبول اقتراح المشروع وتكملة باقي مراحل الدراسة أي الإنتقال إلى المرحلة التالية وفقا لنتائج المرحلة السابقة مباشرة، فالنتائج الإيجابية للمرحلة تعني الإنتقال إلى المرحلة التالية أما النتائج السلبية فتعني التوقف.
- 5- تعتبر نتائج كل مرحلة من الدراسة مدخلات للمرحلة التالية لها، فلا يستطيع المهندس مثلا البدء في الدراسة الفنية إلا إذا كانت نتائج الدراسة التسويقية إيجابية وتشير إلى إحتتمالات النجاح في السوق مع وجود طلب .
- 6- يترتب على أي خطأ في أي مرحلة من مراحل ودراسات جدوى المشروع الإستثماري المقترح وجود خطأ في باقي المراحل والوصول إلى نتائج خاطئة في الدراسة ذاتها أو في الدراسات التالية لها.
- 7- أن الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الإستثماري تتطلب أموالا باهظة ومن الصعب تعديلها بجانب ما تستنزفه من وقت وجهد لهذا هناك حتمية للقيام بدراسات مبدئية تمهيدية تسبق الدراسات التفصيلية وتعطي من المؤشرات ما يبرر تخصيص الإستثمارات أو الموارد لهذه الدراسات التفصيلية الخاصة للمشروع المقترح.
- 8- تستند دراسات الجدوى على تحاليل تسويقية وفنية ومالية و إقتصادية تعتمد على تنبؤات مستقبلية لوضع المشروع الإستثماري ومن ثم فهي دراسات محتملة الخطأ والصواب، ولكن الدراسات المتعمقة السليمة تمنع أو تقلل هذه الأخطاء إلى أدنى مستوياتها، ونتائج هذه التقديرات قد تختلف من شخص لآخر أو جهة لأخرى، وهذا يعني أن مخرجات دراسات الجدوى التفصيلية تختلف باختلاف الجهة التي تتولاها.
- 9- أن تكون الدراسات التفصيلية تتعلق بالمستقبل لذا فإن قرارات الإستثمار تتعلق أيضًا بالمستقبل لهي إذن قرارات تتم في مواجهة حالات المخاطرة أو مجالات عدم التأكد ويتطلب ذلك ضرورة دراسة أساليب التحليل الكمي وعلاقتها بالقرارات الإستثمارية في حالات المخاطرة وحالات عدم التأكد.¹

¹ أحمد فوزي مولوخية، أسس دراسة الجدوى للمشروعات الاقتصادية، دار الهناء، الاسكندرية، 2009، ص ص 14-17.

ثالثاً- أهداف دراسات جدوى المشروعات السياحية:

- بالنظر إلى أن دراسات الجدوى متعددة الجوانب و الأبعاد فإنه يصعب حصر أهدافها، وعليه سوف نشير فيما يلي إلى أهم الأهداف العامة التي تسعى هذه الدراسات إلى تحقيقها وهي:
- تهدف دراسات الجدوى إلى تحقيق أفضل استخدام ممكن للموارد النادرة والمحدودة الموجودة تحت تصرف المجتمع، مع المحافظة عليها من سوء الاستخدام أو الضياع أو التلف.
 - تعتبر دراسات جدوى المشروعات من أهم الأدوات التي تساعد على إنجاز عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق أهدافها لأنها تفضي إلى اقتراح مشروعات سليمة تحقق للمستثمرين أعلى عائد ممكن، وتحقق للمجتمع أعلى منفعة صافية.
 - من المؤكد أن دراسات جدوى الاستثمار تفضي إلى تقديم معطيات موثوقة ومفيدة تمكن المستثمر من اتخاذ القرار بخصوص اختيار البديل الأفضل من بين البدائل المتاحة وهي بذلك تساعد على ترشيد القرار الاستثماري، وبخاصة عندما تكون ميزانية الاستثمار محدودة بسبب ضيق مصادر التمويل وارتفاع تكاليفه، أو عندما تكون هناك مشروعات عدة تتنافس على مصادر تمويلية محدودة الحجم.
 - تهدف أيضاً إلى التقليل من مخاطر عدم التأكد من خلال الأخذ في الحسبان التأثيرات المختلفة على أداء المشروع مثل تغيرات أسعار السلعة المنتجة وأسعار مستلزمات الإنتاج وتكاليف التمويل وتغيرات الطلب والتطورات التقنية، أي معالجة المخاطر والتضخم التي أصبحت تشكل جزءاً أساسياً من دراسة جدوى المشروعات.
 - من الأهداف المتوخاة أيضاً من هذه الدراسات هو الحصول على ترخيص بإقامة المشروع من الجهات الحكومية المختصة، فالمستثمر أو أصحاب المشروع يتعين عليهم أن يتقدموا بدراسة جدوى مشروعهم إلى الجهات الحكومية المعنية، والتي تقوم بدورها بعمل تعديلات على هذه الدراسة¹ لتتفق وتنسجم مع الربحية الاجتماعية والقومية، وبالتالي تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية.
 - إن تقديم ملف دراسة جدوى المشروع للبنوك والمؤسسات التمويلية، يكون بمثابة وثيقة أو مستند يثبت أن هذا المشروع له ربحية وله جدارة ائتمانية، وذلك بهدف قبول إمداده بالتمويلات اللازمة.

¹- صلاح الدين حسن السيسى، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص26.

أما من حيث الهدف الخاص لدراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية فما هي إلا تقرير يمثل الخطوط العامة عن كافة جوانب المشروع السياحي أو المشاريع المقترحة، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اتخاذ قرار إما بالتخلي عن المشروع السياحي أو الانتقال إلى دراسة أكثر تفصيلاً ثم التنفيذ. ومن المسائل التي تعالجها دراسات الجدوى الاقتصادية ما يأتي:¹

1. دراسة أولية عن حجم الطلب السياحي المحلي والأجنبي الحالي Existing Demand والطلب المتوقع Expected Demand على خدمات ومنتجات المشروع السياحي، ومدى حاجة السوق له.
2. تحديد التكاليف الإجمالية للمشروع السياحي سواء كانت تكاليف رأسمالية أو تشغيلية.
3. دراسة عن مدى جدوى المشروع السياحي فنياً، بتحديد احتياجات المشروع من الأيدي العاملة والمواد الأولية.
4. دراسة عن المواقع البديلة للمشروع السياحي المقترح، واختيار أفضلها.
5. مدى فاعلية إقامة المشروع السياحي وملائمته مع الخطة السياحية الشاملة للبلد، وعلى عملية التنمية الاقتصادية بصورة عامة.
6. دراسة عن مصادر تمويل المشروع السياحي.
7. دراسة عن العوائد المتوقعة (الإيرادات) للمشروع السياحي المقترح.
8. بيان مدى توافق المشروع السياحي مع العادات والتقاليد والقوانين السائدة في المجتمع.

المطلب الثاني: أهمية دراسات جدوى المشروعات السياحية

تقدم دراسات الجدوى منظومة متكاملة من الحلول الشاملة بهدف تخصيص الموارد على نحو يضمن استغلال أفضل للموارد، تقليص الهدر وتعظيم المنافع على المستوى الفردي والجماعي وكذلك التنبؤ بسلوك المشروع الاقتصادي في المستقبل. ولا شك أن الفائدة العظمى لدراسات الجدوى، عند الحديث عن مشاريع استثمارية حقيقية، تتجلى في منظومة الأساليب والمعايير المستخدمة في تقدير التكاليف المحتملة والعائدات المتوقعة في ظروف عدم اليقين والمخاطرة في كل مراحل المشروع الاستثماري. ولا تقتصر هذه المكاسب، التي تحققها دراسات الجدوى الاقتصادية على المستثمرين فقط. فهي الموجه، في عملية اتخاذ القرار الاقتصادي لشرائح أخرى فيما يتعلق بالمقترح الاستثماري قيد الدراسة. وفيما يلي توصيف للمستفيدين من دراسات الجدوى الاقتصادية.²

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 239، 240.

² حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص 23، 24.

أولاً- بالنسبة للمستثمر:

تتطلب المشروعات الاستثمارية إنفاق مبالغ ضخمة تزداد مع زيادة حجم المشروع، كما تتصف قرارات الاستثمار بطول الأجل، وبالتالي يكون عائد الاستثمار مؤجل لفترات زمنية طويلة نسبياً طالما أن الاستثمار ما هو إلا نفقة حالية تهدف إلى الحصول على مكاسب مستقبلية¹. وتأسيساً على ذلك يمكن القول أن دراسات الجدوى تعتبر أداة فعالة لاتخاذ القرار الاستثماري حيث تساعد المستثمرين في الوصول إلى أفضل الخيارات الاستثمارية، بشكل يؤدي إلى تحقيق أفضل استخدام ممكن من الموارد المتاحة لهم فهي:

- * تساعد المستثمر على المفاضلة بين فرص الاستثمار المتاحة، وبالتالي اتخاذ القرار الصائب على نحو يخدم أهداف المستثمر².
- * وسيلة علمية وعملية لتقييم المشروع المقترح وفقاً لمعايير مالية واقتصادية موضوعية بعيدة عن العشوائية.
- * تساعد المستثمر على اتخاذ القرار المناسب بشأن الاستثمار في مشروع معين على نحو يتناسب مع قدرته المالية، وفي ظل مستوى مقبول من المخاطرة³.
- * تجعل من عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية عملية متكاملة الأبعاد، وتأخذ في اعتبارها كافة العوامل التي يمكن أن تؤثر على أداء المشروع، وهو ما يجعل من حساب المخاطر المتوقعة عملية دقيقة وبأقل درجة ممكنة من عدم التأكد⁴.
- * تعمل على تعظيم العائد على الاستثمار لأنها تزود المستثمر بالبيانات و المعلومات التي تمكن من اتخاذ القرار الاستثماري الرشيد، الذي يؤدي إلى الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة.
- * تجنب المستثمر المخاطر وتحمل الخسائر وضياع الموارد و تستبعد المجالات التي لا عائد للاستثمار فيها، خاصة في المشروعات الكبيرة التي يرصد لها موارد ضخمة .
- * تساعد الدراسة المستثمر على معرفة احتياجات المشروع المالية بما يمكنه من توفير الموارد المالية المطلوبة التي تعد من أهم الوسائل لضمان قيام ونجاح المشروع فهي تساعد المستثمر على دراسة الوضع الاقتصادي والمالي من حيث: التمويل، والتشغيل، والإيرادات، والتكاليف والأرباح⁵.

¹- Kamel HAMDY, *Analyse des projets et leur financement*, impr Es-alam, Alger, 2000, P 5.

² أحمد سعيد باخرمة، اقتصاديات جدوى المشروعات الاستثمارية، دار الزهراء للنشر و التوزيع، الرياض، 2001، ص 04.

³ محمد دياب، دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع، دار المنهل اللبناني، ط 1، بيروت، 2007، ص 25، 26.

⁴- صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁵ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 28، 29.

ثانياً- بالنسبة للجهات المانحة للتمويل:

في غالب الأحيان تكون موافقة البنوك والمؤسسات المالية على منح القروض أو التسهيلات المصرفية لتمويل المشروعات مرهونة بتوافر دراسات جدوى مفصلة تبين جدوى تنفيذ المشروع، وتزايد أهمية دراسات الجدوى في هذا المجال، بحيث باتت تشكل إحدى الأدوات الرئيسية للتعرف على الجدارة الائتمانية لعملاء البنوك، ومن ثم أصبحت أحد الضمانات غير المباشرة التي تطمئن البنوك والمؤسسات المالية على استرداد أموالهم، فهي:

* تمكن البنك من معرفة ظروف وأحوال البيئة التي يعمل فيها المشروع، من خلال المعلومات المتاحة و إمكانية معرفة ظروف ومراحل نمو تلك البيئة والتفاعل معها، بما يساعده في اتخاذ قرار التمويل.

* يتأكد البنك من خلالها من جدوى القرض اقتصادياً باستخدام أساليب التحليل التي تهتم بالمستقبل مثل الموازنات التخطيطية، وتقدير التدفقات النقدية المستقبلية. وعدم الاكتفاء بالنظر إلى سجلات الماضي فقط.

* تمكن البنك من تقييم المخاطر عند اتخاذ قرارات الاقتراض في المستقبل ودرجة التأكد من إمكانية استرداده في موعد استحقاقه خاصة إذا علمنا أن معظم موارد البنك تمثل ودائع عملائه، وبالتالي تمتد القرارات التمويلية إلى سيولة البنك ودراسة ربحية البنك¹.

* يتطلب الحصول على موارد مالية لتنفيذ مقترح استثماري إقناع أصحاب العلاقة بقدرة المشروع على الإيفاء بالذمم المترتبة على ممارسة النشاط الاقتصادي، فمخرجات دراسات الجدوى تمثل صمام أمان للمقرضين أو للمانحين فيما يتعلق بحجم القروض المقدمة والتسهيلات الائتمانية الأخرى.

* إن تمويل الدورات التشغيلية في المشروع الاستثماري يتطلب تعبئة الموارد المالية اللازمة لكل مرحلة. وتستطيع شركات الأعمال تحقيق هذا الهدف من خلال أوراق مالية في صورة أسهم أو سندات. وهذا يشترط وكإجراءات منظمة في السوق المالية، وجود ملف دراسة الجدوى الاقتصادية².

* تشترط الجهات المعنية بالاستثمار في العديد من الدول عند منحها تجهيز المشروع ضرورة تقديم دراسة جدوى تفصيلية للمشروع.

¹ عبد الحميد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي، إدارة المخاطر الائتمانية من وجهتي النظر المصرفية والقانونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص 109، 101.

² حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص 24.

* تعتمد مؤسسات التمويل الدولية كالبنك الدولي وكذا مؤسسات التمويل الإقليمية على دراسات الجدوى عندما تقرر منح قروض أو مساعدات لإقامة مشروعات التنمية في البلدان النامية، وغالباً ما يخصص جزء من هذه الأموال لإجراء هذه الدراسات.¹

ثالثاً- بالنسبة للدولة:

يمكن القول أن دراسات الجدوى الجيدة تسهم في تحقيق أحد الأهداف الاقتصادية التي يصبوا لتحقيقها أي اقتصاد وطني، ألا وهي تحقيق التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية التي تتصف بالندرة، و تتجلى أهمية هذه الدراسات بالنسبة لمؤسسات الدولة في:

* إن تنفيذ المقترح الاستثماري يتطلب الحصول على تصاريح، أو تراخيص على أساس القوانين النافذة في الدولة و لكي يأخذ المشروع الاستثماري صفته القانونية ويحظى بالرعاية من قبل الجهات الرسمية يجب أن يتماشى مع الجانب القانوني، الجانب المجتمعي (الأخلاق، الدين، العادات والتقاليد) والجانب الاقتصادي (انسجام المشروع الاستثماري مع خطط التنمية الاقتصادية فيما يتعلق بالمنافع الفردية والمنافع الاجتماعية). وهذه المتطلبات لا بد وأن تعكسها دراسات الجدوى.²

* لا تمنح الدولة ترخيصاً بإقامة مشروع إلا عند التأكد أن الأعباء الاجتماعية الناتجة عن المشروع أقل ما يمكن وأن العوائد والمنافع الاجتماعية التي يحققها المشروع أكبر ما يمكن.

* مع التسارع الذي يشهده العالم اليوم في الميدان التكنولوجي وتزايد بدائل التكنولوجيا في أساليب وطرق الإنتاج بشكل يجعل الصناعة أكثر تقدماً وتعقيداً، ويدفع الدول المتقدمة والنامية بالاهتمام بقضايا الإنتاج متابعة التطورات التكنولوجية واختيار الأمثل منها، مما يحتم التوسع والتعميق في دراسة الجدوى والإقبال عليها وزيادة أهميتها لتصبح ضرورة حيوية وملحة مع الزمن.

* اختيار المشروعات الاستثمارية التي تحقق أعلى منفعة صافية على أساس تحديد المنافع والتكاليف الإجمالية لكل مشروع مما يؤدي إلى تحقيق التخصيص الأمثل للموارد النادرة، بالإضافة إلى ذلك نجد أن دراسات الجدوى الاقتصادية تساعد على اختيار المشروعات التي تساهم في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية مثل: البطالة، التضخم، وعجز ميزان المدفوعات... الخ.³

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية واتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 29.

² حميد جاسم الجميلي، عبد الحلیم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³ صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره، ص 23-26.

رابعاً- بالنسبة لقطاع السياحة:

انطلاقاً من أهمية دراسات جدوى المشروعات لما سبق والتحليلات المرتبطة بها يتجلى ارتباط أهمية هذه الدراسات بالقرارات الاستثمارية في مجال السياحة في كونها الوسيلة الفعالة التي من خلالها يمكن الإجابة على الأسئلة الآتية:¹

1. لماذا نقوم بإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية؟ حيث يمكن من خلالها تحقيق الأمور الآتية:

- تقليل احتمالية فشل المشروع السياحي، حيث أنها وسيلة ناجعة للتقليل من هدر رأس المال.
 - تساعد في المفاضلة بين المشاريع السياحية المتاحة.
 - تحقيق الاستثمار الأمثل للموارد الطبيعية والبيئية المتاحة.
 - تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
2. ما هي أفضل وظيفة للمشروع السياحي (قرية أو فندق سياحي) المقترح؟ (اعتماداً على حاجة السوق).
3. لماذا تم القيام بهذا المشروع السياحي دون غيره؟
4. ما هو الموقع الملائم المقترح لإقامة القرية أو الفندق السياحي؟
5. من هي الفئة المستهدفة (الطلب السياحي الحالي والكامن والمستقبلي)؟
6. ما مدى حاجة المشروع السياحي من الأيدي العاملة المحلية والأجنبية؟
7. كم سيكلف المشروع السياحي؟
8. ما هي مصادر تمويل المشروع؟
9. كيف أختير المشروع السياحي من مجموعة مشاريع بديلة؟
10. ما هي السبل الكفيلة للتقليل من احتمالية فشل المشروع السياحي والتقليل من هدر رأس المال؟
11. كيفية تحقيق الاستثمار الأمثل للموارد الطبيعية والبيئية المتاحة.

وتجدر الإشارة في ختام هذه الجزئية إلى أن دراسة الجدوى في الوقت الراهن تعتبر متطلباً تنموياً و متغيراً هاماً وليس ضرباً من ضروب التكاليف الزائدة إذا ما علمنا تكاليف تنفيذ دراسات الجدوى الاقتصادية الفعلية ولو على وجه التقريب بالانتقال من مستوى إلى آخر. وبما أن المبادئ العامة تنص

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص241.

على استغلال أفضل للموارد الاقتصادية فإن تحمل تكاليف أقل في إعداد دراسة جدوى اقتصادية لا يعتبر استثناء إذا سارت في الاتجاه الصحيح. ومن التقديرات التي يستشهد بها التحليل الاقتصادي في مجال دراسات الجدوى فيما يتعلق بتكلفة تنفيذ مثل هذه الدراسات ما يلي:

- دراسة الفرصة الاستثمارية - في حدود 1% من إجمالي رأس المال القابل للاستثمار.
- دراسة الجدوى التمهيديّة - في حدود 1.5% من إجمالي رأس المال المخصص للاستثمار.
- دراسة الجدوى التفصيلية - في حدود 3% من إجمالي رأس المال المخصص للاستثمار.¹

المطلب الثالث: متطلبات، مجالات، وصعوبات تطبيق دراسات جدوى المشروعات السياحية

سنتناول من خلال التالي أهم المتطلبات والأساسيات التي تقوم عليها دراسات الجدوى، بالإضافة إلى أهم مجالات تطبيقها و الصعوبات التي تعيق ذلك:

أولاً- متطلبات دراسات جدوى المشروعات السياحية:

إن دراسة الجدوى الاقتصادية حتى يتم القيام بها ينبغي أن يتوفر الأساس الضروري لذلك، و الذي يمكن أن يتمثل في ما يأتي:

* توافر كافة البيانات و المعلومات وثيقة الصلة بالأهداف الرئيسية للمشروعات السياحية من قريب أو بعيد .

* توافر خبرة تكنولوجية وفنية واسعة لمجموعة الخبراء المتخصصين القائمين على دراسة الجدوى .

* توافر المقدرة على المعالجة الالكترونية للبيانات.

* الدراية الكاملة باقتصاديات المشروع السياحية المماثلة التي تمت على المستوى المحلي، أو الوطني، وعلى كافة المستويات في الدول الأخرى خاصة السياحية.

* الإلمام الكافي بالسياسة الاقتصادية وما تتضمنه من سياسات مثل: السياسة المالية، الإلمام بالقوانين

المرتبطة بالاستثمار السياحي والخاصة بالبلد محل الاستثمار، وفي حالة تقييم المشروعات الضخمة دولياً

فيتعين الإلمام بمعلومات كافية عن قرارات مركز المال في الدول الكبرى والبنوك العالمية.²

¹ حميد جاسم الجميلي، عبد الحلیم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² يحيى عبد الغني أبو الفتوح، أسس وإجراءات دراسات جدوى المشروعات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 33 (بتصرف)

* توفر إمكانية لقياس تكاليف المشروع السياحي من حيث إقامته، تشغيله، و تكاليف التوسعة اللاحقة في حالة حصولها، و كذلك توفر إمكانية لقياس العوائد و الإيرادات الناتجة عن كل تلك المراحل، حتى يمكن التوصل إلى حساب الأرباح خاصة و هي الهدف الرئيس لأي مشروع.

* تحديد القدر من الخدمات التي تلبي الطلب السياحي المحلي لأهمية ذلك في تحديد نوع المشروع السياحي بما يتماشى و حاجيات السوق و نفس الشيء إذا تعلق الأمر بالطلب الدولي.¹

* يفضل أن يتم تكوين فريق لدراسة الجدوى بحيث يغطي جميع الجوانب التسويقية، الفنية والمالية... الخ للمشروع السياحي، و بحيث يتناسب مع نوع المشروع وظروفه ونطاقه ودرجة تعقيده².

ثانيا- مجالات تطبيق دراسات جدوى المشروعات السياحية:

و يقصد بها أوجه الاستخدام التي يتم فيها الاستعانة بدراسات الجدوى من أجل الوصول إلى قرار معين يتعلق بصرف مبالغ مستقبلا من أجل إنفاقها في أنشطة متعددة وأهم هذه المجالات ما يلي³:

● دراسات الجدوى لإنشاء مشروعات سياحية جديدة :

يعتبر هذا المجال من أهم المجالات التي يستعان فيها بدراسات الجدوى لاتخاذ قرار يتعلق بإمكانية أو فائدة إنشاء المشروع الجديد من عدمه، لأن المشروع الاستثماري السياحي الجديد يحتاج إلى دراسات وتقديرات وتوقعات تقوم على منهجية وأساليب دقيقة في ظل ظروف عدم التأكد المصاحبة لأي مشروع جديد، توضح إمكانية نجاح المشروع و حجمه و حجم السوق المستهدف. وهذه الدراسات تتم قبل البدء بتنفيذ المشروع آخذة بالاعتبار المتغيرات الداخلية والمتغيرات الخارجية المؤثرة في المشروع.

● دراسات الجدوى للتوسع في المشروعات السياحية القائمة :

تكون دراسة الجدوى هنا أمام حالة المشروع القائم بالفعل، ولكن لأسباب كثيرة يتم التوسع الاستثماري من خلال:

أ - إضافة خط خدمي جديد :بمعنى إضافة منتجات جديدة تنوي المؤسسة إنتاجها وليست قائمة بالفعل، فمثلا إضافة خط للإطعام أو النقل السياحي تدعيما للقرية السياحية.

ب - إنشاء فروع جديدة :وهو ثاني أنواع التوسع الاستثماري حيث يتم إنشاء فرع جديد يقوم بمزاولة نفس النشاط الأساسي ولكن في منطقة جغرافية جديدة، كالتحول إلى سلسلة فندقية عوض الاكتفاء بفندق واحد.

¹ فليح حسن خلف، أساسيات دراسة الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2012، ص45.(بتصرف)

² يحي عبد الغني عبد الفتوح، مرجع سبق ذكره، ص48.

³ حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص21، 22، (بتصرف).

ج - زيادة الطاقة الإستيعابية: وهو أن نفس المشروع القائم يريد زيادة قدرته على الإستقبال وذلك بإنشاء مرافق إضافية لتغطية الطلب المتزايد خصوصا في أوقات الذروة للمواسم السياحية. وفي كل هذه الحالات يحتاج التوسع الاستثماري إلى إجراء دراسات جدوى اقتصادية لاتخاذ القرار الاستثماري الرشيد في كل حالة.

• دراسة الجدوى الاقتصادية للإحلال والتجديد :

وتتم تلك الدراسة عندما يكون القرار الاستثماري يتعلق بإحلال أو استبدال وسائل تقديم الخدمة السياحية محل الوسائل القديمة سواء بعد انتهاء العمر الافتراضي القديمة أو استجابة لمقتضيات التطور التكنولوجي لهذه الخدمات و ما خلفه من اشتداد المنافسة ، وتصبح المسألة تحتاج إلى الاختيار بين الأنواع المختلفة من الوسائل و استخداماتها وتقدير التدفقات النقدية الداخلة والخارجة المتوقعة والعائد من كل بديل واختيار البديل الأفضل .

• دراسة الجدوى للتطوير التكنولوجي :

إن اهتمام الشركات والمشروعات السياحية بمجال البحث والتطوير أصبح اليوم أمرا ذا أهمية قصوى وخاصة مع دخول العالم مرحلة الثورة التكنولوجية والمعلوماتية وتزايد التنافسية الرقمية و رواج التطبيقات المحمولة عبر الأجهزة و مواقع طلب الخدمة و المنتج السياحي و الاستفادة منه، مما يجعل القائمين على إدارة المشروعات يتابعون باهتمام التطورات الحادثة في أساليب التكنولوجيا، ومحاوله استخدامها في العمليات الإنتاجية الأمر الذي يحتاج إلى دراسة جدوى الاختيار بين بدائل التكنولوجيا.

إن دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية كطريقة علمية في التخطيط والتقدير تخضع لمعايير الوظيفة والتخصصية فيما يتعلق بالإجراءات اللازمة للمفاضلة بين البدائل الاستثمارية في عملية اتخاذ القرار الاستثماري. ويتطلب ذلك تحديد مستويات التحليل ومدخلات ومخرجات القرار الاستثماري. ويميز الباحثون في مجال دراسات الجدوى الاقتصادية و كذلك المقيمون بين المجالات التالية:¹

أ- من حيث مستوى التحليل: دراسة الجدوى الاقتصادية الأولية ودراسة الجدوى الاقتصادية التفصيلية. فدراسة الجدوى الأولية تقود إلى اتخاذ قرار بشأن قبول الفكرة الاستثمارية أو رفضها. أما دراسة الجدوى التفصيلية، والتي يعول عليها رجال الأعمال فتحدد فيما إذا كان المقترح الاستثماري مجديا أو ما دون ذلك.

¹ حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص26

- ب- من حيث القائمين على دراسة الجدوى: شركات خاصة كالمؤسسات الاستشارية أو مؤسسات حكومية كدوائر البحث والتطوير في المصرف المركزي، وزارة التخطيط، المالية وغير ذلك.
- ج- من حيث التقسيم الوظيفي: تشمل دراسات الجدوى كمنظومة متكاملة دراسة الجدوى القانونية والتي تركز على مدى انسجام المقترح الاستثماري مع القوانين والأنظمة النافذة في الدولة، دراسة الجدوى التسويقية (تحليل متغيرات السوق من جانب العرض والطلب وتقديراتها في المستقبل)، دراسة الجدوى الفنية (تحديد حجم الإنتاج والطاقة الإنتاجية والموقع بالدرجة الأولى) ودراسة الجدوى المالية، والتي تعنى بتحركات التدفقات النقدية الداخلة والخارجة طيلة حياة المشروع.
- د- من حيث الأهداف: تهدف دراسات الجدوى إلى قياس المنافع الخاصة أو العامة أو العامة والخاصة في آن واحد مقابل التكلفة المحتملة في كل مستوى.
- هـ- من حيث المعايير: الاعتماد على معايير مخصوصة أو غير مخصوصة أو متكاملة في تقدير الربحية التجارية. وتشمل دراسات الجدوى الحديثة معايير تقييم الربحية القومية (الجزئية والشاملة).

وتتناول أنواع هذه الدراسات وفق الاهداف ما يلي:

1- دراسة الربحية التجارية:

يعتبر الأساس الفكري في دراسة الربحية التجارية هو تعظيم العائد النقدي، أو تحقيق العائد الذي يطلبه المستثمر، وعلى هذا الأساس ينظر إلى الربحية التجارية على أنها "تحقيق صافي قيمة حالية موجبة، بمعنى أن تكون القيم الحالية للتدفقات النقدية الداخلة للمشروع أكبر من القيم الحالية للتدفقات النقدية الخارجة منه أو أن يكون معدل العائد الداخلي على الاستثمار مقبولاً من وجهة نظر المستثمر.¹

عليه يتم قياس وتحليل المنافع التي تعود على صاحب المشروع من خلال دراسة الربحية المالية والتجارية له، وبدايةً فإن أصحاب المشروعات والمستثمرين يهتمون بهذه الدراسة لأنها تحدد معدل العائد المتوقع تحقيقه على أموالهم التي سينفقونها لتنفيذ هذه المشروعات المقترحة، وتبعاً لذلك فهم لا يولون أي اهتمام للمنافع والتكاليف التي قد تتحقق على المستوى الوطني، فاهتمامهم الأساسي منصب على تعظيم ربحيتهم الخاصة بغض النظر عن ربحية المجتمع ككل.²

¹ مصطفى كمال السيد طابل، القرار الاستثماري في البنوك الإسلامية، دار المعارف، مصر، 1999، ص155

² سمير محمد عبد العزيز، الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية وقياس الربحية التجارية والقومية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2000، ص123

وطالما أن الهدف من إجراء دراسات الربحية التجارية هو تعظيم الربح، فهي تستخدم الأسعار السوقية عند تقييمها للمنافع والتكاليف المتولدة عن المشروع الاستثماري؛ ونشير في هذا الصدد إلى أن محور تقييم الربحية التجارية ينصب على ثلاث تحليلات جوهرية و هي:¹

- **تحليل الدخل:** ويهدف إلى تقييم أداء المشروع في سنة عادية، ويستخدم في التقييم نسبة صافي العائد من تكاليف الاستثمار، ومن الإيراد الكلي، ومن رأس المال المملوك...، ويتم مقارنة هذه المعدلات بمعدلات مشروعات أخرى مناظرة أو بمعدلات العائد من مصادر مالية أخرى، وذلك لمعرفة مدى ربحية المشروع بالنسبة للبدائل الأخرى.
- **تحليل التدفقات النقدية:** ويهدف إلى تحديد موقف السيولة بالمشروع، وتحديد مدى مقدرته على الوفاء بالتزاماته في مواعيدها المحددة.
- **تحليل الاستثمار:** ويهدف إلى تقييم ربحية المشروع في جميع سنوات عمره الاقتصادي، ويعتبر أكثر التحليلات شمولاً، وعلى أساسه يتخذ قرار قبول أو رفض المشروع.

2- دراسة الربحية الاجتماعية:

تعدد التسميات المعبرة عن هذا النوع من الدراسات ما بين الدراسة الاقتصادية والدراسة الاجتماعية والربحية الاقتصادية والقومية، إلا أنها في حقيقة الأمر لا تخرج عن كونها دراسة جدوى المشروع من وجهة نظر المجتمع والاقتصاد الوطني، ونظراً لتركيز الاهتمام من طرف المستثمرين الخواص على جوانب الربحية التجارية يصبح من الصعب إعطاء صورة صادقة عن مدى مساهمة المشروع الاستثماري وتوافقه مع توجهات الخطط التنموية، وآثاره المتوقعة على الرفاهية الاجتماعية، وهذا لا يمكن معرفته إلا بعد إجراء دراسة الربحية الاجتماعية؛ وتجدر الإشارة أن تقييم الربحية الاجتماعية يعتمد على الأسعار الاجتماعية أو ما يسمى بأسعار الظل، وهي بذلك تختلف عن الربحية التجارية التي تعتمد في تقييمها للمنافع والتكاليف على أسعار السوق.²

بالإضافة إلى المشروعات الخاصة التي تتطلب إجراء مثل هذه الدراسات فإن هناك مشروعات لا بد

وأن تُشمل بهذا النوع من الدراسات والتي يمكن تحديدها فيما يلي:

- المشروعات العامة المملوكة كلياً للدولة والتي تساهم فيها الدولة، سواء كانت هذه المشروعات جديدة أو توسعية.

¹ صلاح الدين حسن السيسى، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 124.

- البرامج العامة مثل برامج التشغيل الوطنية أو برامج التنمية كالمطرق العامة والإسكان والصحة والتعليم أو البحث والتطوير.
- المشروعات ذات المساهمة الأجنبية الكاملة أو الجزئية خاصة تلك التي ترغب في الاستفادة من الإعفاءات الضريبية أو الجمركية أو من القروض.
- المشروعات والبرامج الممولة من الخارج مثل برامج المساعدات والمعونات الاقتصادية الأجنبية من الدول الأخرى والهيئات الدولية.
- المساعدات والمعونات الاقتصادية المقدمة للدول الأجنبية .

وتجدر الإشارة إلى أن دراسات الربحية الاجتماعية تقوم بتنفيذها الحكومة عن طريق وزارة التخطيط غالباً، أو أي هيئة مكلفة بهذا النوع من الدراسات، وهذه الدراسات تختلف اختلافاً كثيراً من ناحيتين النظرية والتطبيقية عن دراسات الربحية التجارية.¹

ثالثاً- صعوبات تطبيق دراسات جدوى المشروعات السياحية:

على الرغم من الاهتمام المتزايد بدراسات الجدوى الاقتصادية، إلا أن هناك العديد من الصعوبات والمشاكل التي يمكن مواجهتها عند السعي إلى إجراء أو تطبيق دراسات الجدوى بصفة عامة و منها في المشاريع السياحية أهمها ما يلي :

1-عدم توافر ودقة المعلومات:

من أبرز الصعوبات النقص في البيانات و المعلومات التاريخية التي تخص الفترات السابقة للبيئة الاقتصادية التي يعمل فيها المشروع السياحي و كذلك نقص المعلومات بخصوص حالة السوق و سوق الخدمة و المنتج الذي ينوي المشروع طرحه، سواء في ما يخص العرض السياحي و تكاليفه أو الطلب السياحي و مده و هيكله، أو الأسعار الحالية و المستقبلية للمنتجات السياحية في السوق، و التي تعتبر بيانات و معلومات هامة و أساسية تستند عليها دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية.²

2-ارتفاع التكاليف:

تتصف مثل هذه الدراسات بارتفاع تكلفتها خصوصاً في الدول النامية حيث يقتضي الأمر أحياناً الاستعانة بمكاتب خبرة أجنبية، وتزداد هذه التكلفة كلما تعددت أوجه نشاط المشروع وازداد حجمه،

¹ صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره، ص92.

² فلاح حسين خلف، مرجع سبق ذكره، ص46، 47.(بتصرف)

وكثيرا ما شكل ارتفاع تكاليف هذه الدراسات عائقا لاسيما في حالة المشروعات السياحية صغيرة و متوسطة الحجم ذات الموارد المحدودة¹.

3-نقص الخبرة والكفاءة والمهارة في إعداد الدراسات:

يتطلب القيام بدراسات الجدوى وجود فريق من الخبراء ذوي الاختصاصات المختلفة، وتعاني الدول النامية بالأخص من مشكلة النقص الواضح في الخبراء المتمرسين في دراسات الجدوى ممن تتوافر لديهم الخبرة والكفاءة والمهارة، مما تترتب عليه ضعف وقصور الدراسات المقدمة.²

4-صعوبة تقدير المتغيرات الداخلة في الدراسة:

في ظل المشروعات السياحية وطول مدة تشغيلها، تزداد صعوبة تقدير المتغيرات الداخلة في دراسات الجدوى كالطلب والتكاليف، و كذلك صعوبة تقدير العرض و حجمه و الأسعار في المستقبل، و قد تكون بعض المتغيرات من النوع غير المباشر أو غير القابل للقياس الكمي، خاصة فيما يتعلق بالتقييم الاجتماعي للمشروعات³.

5-مخاطر عدم التأكد:

تعتبر السياحة مظهرا من مظاهر العولمة بدليل المكانة التي أصبحت تكتسبها السياحة على مستوى الاقتصاد الدولي، و في ظل العولمة والتحول لآليات السوق، تزايدت مشاكل التعامل مع المتغيرات الداخلية في الاقتصاد الوطني والتغيرات العالمية على المستوى الاقتصادي العالمي، وهذا من شأنه أن يزيد من مخاطر عدم التأكد في تقدير المتغيرات الداخلة في دراسات الجدوى خلال العمر الافتراضي للمشروع السياحي كالأسعار والطلب وأسلوب تقديم الخدمة وغيرها، وهو ما يتطلب المزيد من التعمق في البحث عن الأدوات والأساليب التي تتغلب على تلك المشكلات وهنا تكتسب تحليلات الحساسية دورا كبيرا في هذا المجال.⁴

6-مشكلة اختيار المعيار أو المعايير الملائمة في التقييم:

فليس هناك معيار أمثل ممكن تطبيقه في كل مكان وزمان، كما أن المعايير التي تطبقها الدول المتقدمة قد لا تصلح للدول النامية، بسبب تباين الهيكل الاقتصادي في كل منهما، فضلا عن اختلاف

¹ طلال كداوي، تقييم القرارات الاستثمارية، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص33.(بتصرف)

² منور أوسريير و آخرون، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد السابع، 2009، ص 333.(بتصرف)

³ فلح حسين خلف، مرجع سبق ذكره، ص47.(بتصرف)

⁴ أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص 30. (بتصرف)

الأهداف، فتعدد معايير التقييم يجعل القائمين على العملية يعانون من صعوبة تحديد وتقييم النتائج، وترتيب الأولويات والآثار المترتبة عن تنفيذ المشروعات المقترحة.

فعلى سبيل المثال :صعوبة وضع معيار دقيق لتكلفة الاستثمار الرأسمالية كتدفقات نقدية خارجة، وكذلك بالنسبة للتدفقات النقدية الداخلة وذلك راجع لغياب السوق المالي، وبالتالي تعذر وضع معدل خصم يعكس الحالة الاقتصادية، مما يعني صعوبة تحديد تكلفة الاستثمار.

7-درجة الوعي والقناعة بأهمية الدراسة:

إن عدم الاهتمام بدراسة الجدوى والاقتناع بأهميتها وعدم الإنفاق عليها يجعل من جدية المستثمرين ضعيفة اتجاه إقامة المشروعات، حيث غالبا يسعون إلى تقديم دراسات صورية تهدف الحصول على مزايا معينة كالاستفادة من العقار السياحي الجذاب أو قروض و تسهيلات للتربح منها.¹

8-المعوقات الفنية: وتتمثل خاصة في :

- تجاوز المدة التي يستغرقها تنفيذ المشروع ما هو مخطط له في الآجال المحددة للدراسة، مما يقلل من فائدة دراسة الجدوى التي يسبق إعدادها المشروع، و يزيد من تكلفته.²
- المتعلقة بآجال تنفيذ المشروع من خلال تحديد وقت البداية والنهاية للمشروع وتصميمه هندسيا، خاصة عندما تكون الخبرات اللازمة لإجراء الدراسات الفنية ضئيلة أو مكلفة.
- طول الفترة التي تستغرقها عمليات إنشاء وتنفيذ المشروعات الاستثمارية كنتيجة لتعدد الأجهزة المختص بدراسة وإقرار هذه المشروعات، و تشابك متغيرات التقييم.³

المطلب الرابع: تحليل مراحل دراسة جدوى المشروعات السياحية

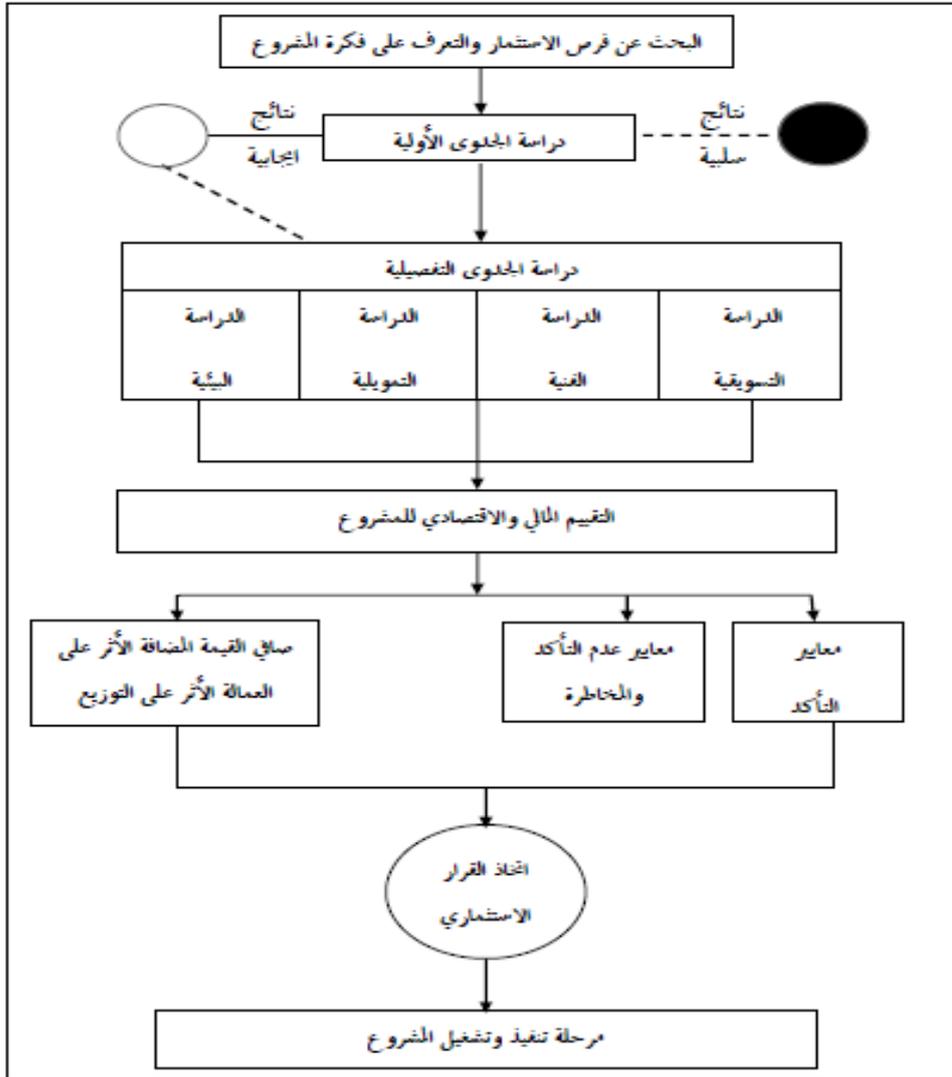
تمر عملية صنع و اتخاذ القرار الإستثماري الرشيد باستخدام دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، بعدد من المراحل تحدد كل مرحلة طبقا لتلك المنهجية، ما إذا كان سيتم الذهاب أو الدخول في المرحلة التي تليها أم لا و يمكن التعبير عن تلك المراحل من خلال الشكل التالي:

¹ عبد الكريم يعقوب، دراسة جدوى المشروع، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1 ، الأردن، 2008، ص 06.(بتصرف)

²زهية حوري، تقييم المشروعات في البلدان النامية باستخدام طريقة الآثار، أطروحة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007 ، ص21.

³ محمد الصيرفي، إقتصاديات المشروعات، مؤسسة حورس الدولية، ط1، الإسكندرية، 2005، ص23.

الشكل رقم(10): مراحل إعداد دراسات الجدوى للمشروعات الإستثمارية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان، دمشق 2012، ص 07. (بتصرف)

وقبل ان نبدأ في تناول مراحل دراسة الجدوى الموضحة بالشكل، نشير إلى عدم وجود نمط موحد متفق عليه اتفاقا عاما، بل إن أسلوب دراسة الجدوى يتوقف على طبيعة المشروع و حجمه و المهتمين به و القائمين عليه.

و لهذا فإن أي محاولة لإعداد دليل أو مرشد لتحليل الجدوى يجب ألا ينظر إليها أكثر من كونها عامة، و يرجع ذلك إلى أن القرارات و المعلومات المطلوبة تختلف باختلاف المشروعات الخاضعة للدراسة،¹ و رغم ذلك يمكن القول أن تحليل جدوى مشروع سياحي يمكن أن يتم من خلال المراحل التالية:

¹ مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان، دمشق، 2012، ص 06، 07.

أولاً- مرحلة دراسة فرص الإستثمار :

و تبدأ هذه المرحلة بوجود فرصة إستثمارية تلوح للمستثمر في مجال معين في أحد الأنشطة المتنوعة التي يضمها النشاط السياحي، و يمكن التقاط هذه الفرصة الإستثمارية من مصادر عديدة فقد تكون من مصادر خارجية سواء من خطة التنمية السياحية أو من متابعة المتغيرات الإقتصادية و الإجتماعية و تحليل النشاط الإقتصادي و تجميع رغبات العملاء و السياح و تصرفات المنافسين أو متابعة التطور التكنولوجي في ظل العولمة، و قد تكون من مصادر داخلية تخص النشاط الذي يقوم به المستثمر نفسه فإذا كان لديه مشروع سياحي قائم فقد تقفز إليه فرصة إستثمارية لها علاقة تكاملية أو تبادلية أو مستقلة عن النشاط القائم ستعظم من مكاسبه، أو نابع من دراسات البحوث و التطوير الإدارية و الهندسية أو التسويقية، التي تحفز على إقامة مشروع جديد أو إضافة نشاط جديد أو تكنولوجيا جديدة. و بعد اكتشاف الفرص الاستثمارية تأتي في ما بعد عملية تحليل هذه الفرص، و يمكن تقديم شرح للمرحلتين من خلال التالي:

1-مرحلة التعرف على الفرص الإستثمارية: حيث أن الهدف من هذه المرحلة هو اكتشاف فرص الاستثمار المتاحة و الوصول إلى مجموعة بديلة لأفكار الاستثمار المختلفة و هي ذات أهمية كبيرة، لذا ينبغي التأكد من أن المشروع المقترح هو أفضل المتاح من حيث فرص النجاح، بمعنى " أنه الاستثمار أو العملية المالية التي ستنتفج مبالغ ضخمة على أمل تلقي أو الحصول على إيرادات مستقبلية"¹.

كيف يمكن التعرف على الفرص الاستثمارية المتاحة لمنتجات المشروع الجديد وفق مدخلين أساسيين هما:²

مدخل التوجه بالسوق: أي الاعتماد على إيجاد واكتشاف الحاجات غير المشبعة والعمل على إنتاج سلع تشبع هذه الحاجة.

مدخل التوجه بالمدخلات: أي العمل على استغلال توافر المواد الأولية والموارد الإنتاجية الأخرى في التوصل إلى فكرة سلعة جديدة، ثم تحديد نطاق الحاجة التي تخدمها.

و قد قدمت الأمم المتحدة بعض الأساليب التي يمكن استخدامها للوصول إلى بعض الأفكار الإستثمارية الجديدة منها:

¹Amand Dayan, **Manuel de gestion**, volume 2, Edition Fllipses, paris, 1999, p143.

² محمد فريد الصحن، علي شريف، اقتصاديات الإدارة -منهج القرارات -، الدار الجامعية بيروت، 1998، ص243

أ- تحليل قطاعات الإقتصاد الوطني: و الذي من شأنه أن يساعد المستثمر على اختيار نوع الأفكار التي يمكن دراستها، على أمل الحصول في المستقبل على إيرادات أو تدفقات نقدية خلال فترة زمنية معينة، بحيث العائد الكلي يكون أكبر من نفقات الاستثمار في القطاع.¹

ب- دراسة برامج التنمية الإقتصادية: بحيث يتم الإستفادة من هذه البرامج سواء على أساس فني بمقارنة انتاج السلع و الخدمات الحالية بما هو مستهدف أو على أساس جغرافي من خلال معرفة المناطق المستهدفة في التنمية.

ج- أساس تحليل و دراسة الأسواق: حيث يؤدي تحليل السوق إلى تقديم الكثير من الأفكار و المقترحات الجديدة للإستثمار.

د- كما أن دراسة جداول المدخلات و المخرجات توضح الترابطات الموجودة بين القطاعات و الصناعات المختلفة، و كثيرا ما تكشف هذه الدراسة عن الحاجة لإقامة مشروعات تمد صناعة قائمة بمدخلات هي في حاجة إليها، أو لإقامة مشروعات تستخدم مخرجات صناعات قائمة كمدخلات لها، كما يمكن أن تتم عملية البحث عن أفكار جديدة لمشروعات استثمارية على أكثر من مستوى، سواء من حيث فرص الاستثمار العامة في المدن و الأقاليم أو على مستوى القطاعات أو على مستوى المشروع.

هـ- و هناك مصادر أخرى للأفكار الخاصة بالمشروعات الجديدة، و التي تصلح للشركات القائمة و التي ترغب في إقامة مشروعات جديدة إما كاستثمارات إحلالية أو تجديدية: الغرض منها تعويض أصول (معدات و تجهيزات) قديمة بأصول جديدة. أو استثمارات تهدف إلى التحديث أو التطوير موجهة لغرض تخفيض تكاليف الإنتاج، وهي استثمارات أيضا موجهة نحو تحسين إنتاجية و تنافسية المؤسسة، أو استثمارات توسع وهي استثمارات موجهة للسماح للمؤسسة مواجهة نمو الطلب عن طريق إنشاء استثمارات جديدة موجهة للرفع من طاقة الإنتاج أو عن طريق توسيع تشكيلة المنتجات (استثمارات التنوع)،² أو استثمارات الإبداع و الابتكار وهي تختص بالبحث عن المنتجات الجديدة أو تغيير في المنتجات القديمة، كما تمثل أيضا الاستثمار الذي يحوي على تكنولوجيات جديدة أو الذي يمس أسواقا جديدة.³

¹ Abdellah Boughaba, *Analyse et évaluation de projet*, édition Berti, paris, 1998, p08.

² Frank Olivier Meye, *évaluation de la rentabilité des projets d'investissement*, édition L'Harmattan, Paris, 2007, p.31.

³ Nathalie.Taverdet- Popiolek, *Guide du choix d'investissement*, édition d'organisation, France, 2006, p.18

وللتعرف على مجالات هذه الفرص وميزاتها تؤمن الدول غالباً على مستوى رسمي وغير رسمي مجموعة من المصادر بهدف الإطلاع على طبيعة فرص الاستثمار الممكنة. و نعرض هنا قائمة لمجموعة من المصادر والتي تمكن لرجال الأعمال والمهتمين بالفرص الاستثمارية في المجال السياحي من صياغة اقتراحات لمشاريع استثمارية سياحية. وهذه القائمة ما هي إلا مقترحات من بين المتاحة.

الجدول رقم(20): مصادر الفكرة الإستثمارية لمشروع سياحي

مصادر الفكرة الاستثمارية
1. مشاريع تهدف إلى استغلال المقومات الطبيعية الجذابة بمختلف أنواعها: ساحلية، جبلية، صحراوية...إلخ
2. قوائم المستوردات السياحية بهدف طرح بدائل: تحليل قوائم الطلب العرض السياحي الإحصائية لتحديد خدمة أو مجال نشاط بهدف التعرف على إمكانية إنتاجها محلياً.
3. مجال المشاريع الإستراتيجية: الأقطاب السياحية، المدن السياحية، و المشاريع المرتبطة بها
4. مشاريع الحفاظ على الأمن البيئي و التنوع الطبيعي و المحميات الطبيعية (تحتضن الدول العربية فرصاً كثيرة في مجال هذا المجال).
5. قوائم الصادرات السياحية: تحديد المعروض السياحي المطلوب في السوق العالمية ليتسنى إقامته محلياً وعرضه بأسعار تنافسية.
6. مشاريع تطوير البنية التحتية و ملحقاتها: كتطوير الطرق و إقامة مرافق سياحية على جانبها، تطوير شبكات النقل الجوي، معالجة و تنقية مخلفات النشاط السياحي البيئية .
7. مؤسسات أو هيئات تطوير الاستثمار السياحي في الدولة: مؤسسات حكومية أو مدنية. تعتبر مؤسسات و وكالات تشجيع الاستثمار السياحي من الأمثلة الرائدة في هذا المجال.
8. دراسة وتحليل خطط التنمية على مستوى الدولة: تتيح مثل هذه الدراسات التعرف على الفرص الاستثمارية التي لم تصلها الشمس ومعرفة أسباب عدم قيامها كمشاريع سياحية.
9. دراسة الروابط القطاعية بين الوحدات الاقتصادية لتحديد إمكانية تعزيز مفهوم التكامل الاقتصادي بمستوياته المختلفة و مكانة القطاع السياحي ضمنه.
10. زيارة المعارض و التظاهرات السياحية والتي تنظمها الهيئات الرسمية والخاصة.
11. الخبرة العملية للمستثمرين في النشاط السياحي، و الخدمات بصفة عامة.
12. مسوحات الرأي بين المؤسسات الاقتصادية القائمة خاصة السياحية.
13. زيارات غرف الصناعة والتجارة واتحادات أو جمعيات رجال الأعمال.
14. تحليل دراسات الجدوى السابقة لمشاريع سياحية لم تنفذ.
15. تحليل قوائم التصنيف السياحي الدولي و تنافسية القطاع السياحي المحلي مقارنة بها والخارطة السياحية محلياً.
16. دراسة وتحليل الأداء التاريخي لنشاط القطاع السياحي عن طريق التقارير الحكومية و الدولية والنشرات الإحصائية الدورية.
17. مسوحات، بهدف استقصاء الرأي، تشمل مراكز البحوث الاقتصادية المتخصصة ومراكز الاستشارات الاقتصادية.
18. برامج التعاون الإقليمي واتفاقيات التعاون السياحي المشترك بين الدول.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص28.

الجدول السابق يبين مجموعة من المصادر التي تمثل البوصلة نحو الفرص الاستثمارية المتاحة في مجال السياحة. و كمثل في دراسات الجدوى الاقتصادية ينطلق المقيمون في الإعداد لاتخاذ قرار استثماري مناسب من مرحلة بلورة الفكرة الاستثمارية وغرلة الأفكار المتاحة في مجال اقتصادي محدد. ثم تأتي عملية التصفية المبدئية لهذه الفرص.

2- مرحلة التصفية المبدئية للفرص الاستثمارية

انطلاقاً من المفاهيم والقواعد المذكورة سابقاً، يمكن التوصل قائمة طويلة من فرص الأعمال والفرص الاستثمارية، ولا يمكن بطبيعة الحال القيام بتحليل جدوى تفصيلية لجميع هذه الفرص، والمطلوب هنا هو تصفية مبدئية بغرض استبعاد الأفكار غير الصالحة، والتركيز على الفرص التي قد تصلح للتحويل إلى منتجات سياحية جديدة، وتتم التصفية عن طريق الإجابة على بعض الأسئلة المتعلقة بمدى تحقيق الفكرة لأهداف المشروع والمجتمع ومن هذه الأسئلة ما يلي :

أ - هل يحتاج المشروع إلى تمويل ضخم خارج عن نطاق إمكانيات المستثمرين وفرص الاقتراض من الخارج؟.

ب - هل تتوفر المواد الأولية اللازمة لإنتاج منتجات المشروع، وعلى المدى البعيد؟.

ج - هل هناك طلب فعلي على هذا النوع من المنتجات السياحية ومدى قوة المنافسة المتوقعة؟.

د - هل هناك أي صعوبات متعلقة بإنتاج المنتج الجديد مثل القيود الحكومية والتشريعات؟.

هـ - هل سيتربط على إنشاء المشروع آثار جانبية على البيئة مثل التلوث؟.

و - هل يتعارض المشروع السياحي مع الأهداف والسياسات القومية؟¹.

بعد الإجابة على هذه الأسئلة يتم استبعاد الفرص والأفكار غير مناسبة، والاستبقاء على الفرص والأفكار المتفقة مع أهداف المشروع والأهداف القومية للدولة وبدورها تتعرض هذه الفرص إلى مرحلة أخرى من التصفية، إذ يتم ترتيبها بصورة مقارنة فيما بينها وفق معايير معينة وتستبعد الأفكار التي لا تتوفر فيها هذه المعايير ونذكر منها على سبيل المثال :

1- السوق السياحي الحالي: من حيث حجم النشاط، نوع وعدد المنافسين، مدى توافر أنظمة

التسويق، احتمالات تصدير السلعة كوجهة سياحية

2- احتمالات نمو السوق: من حيث الزيادة في عدد السياح المرتقبين، درجة قبول المستهلك للعرض

السياحي، التجديد في العرض السياحي... الخ.

¹ أحمد ماهر، اقتصاديات الإدارة، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص173. (بتصرف)

3- التكلفة: ويدخل ضمنها تكلفة العقار، الدراسة، الانشاء، تكلفة العمالة، تكلفة التسويق... الخ.
4- المخاطر: وتتضمن درجة استقرار السوق، المخاطر التكنولوجية، حجم المنافسة وقوتها، درجة الدقة في التنبؤ بالطلب، مدى توافر المدخلات الرئيسية¹.
وتلي هذه المرحلة فترة دراسة مستفيضة للفكرة الاستثمارية من خلال اختبارها وتحديد فيما إذا كانت قابلة للتطبيق. وتؤول هذه المرحلة إلى استنتاج يرشح الفكرة الاستثمارية قيد الدراسة أو يرفضها. وتفرد دراسات الجدوى الاقتصادية لتحقيق هذا الهدف الفيصل ما يطلق عليه الباحثون "دراسة الجدوى الاقتصادية الأولية".

ثانياً- مرحلة دراسة الجدوى الأولية:

يمكن أن نعرف دراسات الجدوى الأولية بأنها: "عبارة عن دراسة أو تقرير أولي يمثل الخطوط العامة لكافة جوانب المشروع أو المشاريع المقترحة للاستثمار، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اتخاذ قرار إما بالتخلي عن المشروع أو الانتقال إلى دراسة أكثر تفصيلاً."²

و تعقب هذه الدراسة مرحلة تشخيص فكرة المشروع السياحي المقترح، فكثيراً ما يحدث ألا يتمكن المؤسسون من تنفيذ الإقتراح الإستثماري و قد يرجع ذلك إلى أسباب فنية أو قانونية أو إقتصادية. فإذا ما قام هؤلاء المسؤولين بإعداد دراسة كاملة لجدوى المشروع السياحي فإنها غالباً ما تحملهم نفقات مرتفعة و قد يتبين في النهاية أن المشروع عديم الجدوى، و البديل لذلك هو القيام بدراسة جدوى أولية قبل الدراسة التفصيلية الهدف منها هو التأكد من عدم وجود مشاكل جوهرية تعيق تنفيذ المقترح الإستثماري.

وفي هذا الإطار تقدم دراسة الجدوى المبدئية انطباعاً للمستثمر عن إمكانية واحتمال النجاح أو الفشل المبدئي للمشروع السياحي قبل الخوض في تفاصيله، وتشمل على عدد من الجوانب التي يتم جمع المعلومات عنها وتحليلها ونذكر أهمها:

- تحديد مدى تطابق أهداف المشروع مع خطة التنمية الإقتصادية و السياحية للدولة من خلال تحليل المناخ العام للاستثمار بصفة عامة والبيئة الاستثمارية السياحية بصفة خاصة، وذلك عن طريق جمع المعلومات عن الظروف الاقتصادية للقطاع أو النشاط الاقتصادي المزمع الدخول فيه، اتجاهات هذه

¹ محمد صالح الحناوي، دراسات جدوى المشروع- الأساسيات والمفاهيم-، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 47-50.

² كاظم جاسم العيادي، دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات: تحليل نظري و تطبيقي، دار المناهج عمان، 2001، ص 41.

- الصناعة في الماضي وفي المستقبل، طبيعة المخاطر و الموانع الجوهرية التي تعيق تنفيذ الفكرة الاستثمارية محل الدراسة سواء القانونية أو غير القانوني ، كإقامة مشروع مخالف لقانون حماية البيئة.. الخ¹.
- مدى الحاجة إلى منتجات المشروع، وهذا يتطلب وصف السوق بمعنى تقدير اتجاه الطلب على تلك المنتجات والأسعار السائدة وأذواق المستهلكين... الخ.
- تقدير تكاليف عوامل الإنتاج الأساسية لإقامة المشروع وتشغيله، ويتضمن ذلك دراسة للخامات التي يحتاجها المشروع ومدى توافر الكفاءات الفنية والإدارية لإدارة وتشغيل المشروع.
- تقدير حجم الاستثمار المطلوب وتكلفة التشغيل و اليد العاملة و مدى كفاءة الموارد المالية المتاحة لتغطية تكاليف المشروع و تقدير الأرباح الصافية المتوقعة من المشروع. مقيمة بالأسعار العالمية و المحلية.
- دراسة متكاملة لأهم المشاكل التي يمكن أن يواجهها المشروع، وأنواع المخاطر المترتبة على إقامته مثل القرب و البعد، نوعية التربة التي سيقام عليها والحلول المقترحة .
- تقدير تكاليف الدراسة التفصيلية للمشروع و مدى تناسبها مع حجم رأس المال المخصص مبدئياً للاستثمار في المشروع، لمعرفة ما إذا كان المشروع يستحق إجراء دراسات جدوى تفصيلية أم لا، بالإضافة إلى تحديد الجوانب التي تحتاج إلى اهتمام أكثر، و تقدير التكاليف الاجمالية و حجم التمويل اللازم للمشروع.²

فإذا كانت النتيجة عدم وجود مشاكل أو عقبات أو موانع، فهذا يعني قبول الفكرة الاستثمارية و يلجأ القائمون على دراسة الجدوى الاقتصادية إلى دراسات تفصيلية للفكرة الاستثمارية من خلال التوسع في مسائل دراسة الجدوى الأولية.

و تجدر الإشارة أن دراسة الجدوى الأولية لا تقتصر على المشاريع الجديدة فقط بل ينبغي القيام بها سواء كانت مشاريع جديدة، أو توسعة لمشاريع قديمة، أو لمشاريع قائمة يراد التعرف على مستوى فعالية نشاطها و مستوى الإنحرافات عن الدراسة التفصيلية.³

¹ مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص12، 13.

² قاسم ناجي حمدي، مدخل نظري و تطبيقي في أسس إعداد دراسات الجدوى و تقييم المشروعات: منظور تنموي، دار المناهج، عمان، 2000، ص28، 29.

³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، دراسة الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، دار الفكر للطباعة و النشر، عمان، 2002، ص 18.

ثالثاً- مرحلة دراسة الجدوى التفصيلية:

ويقصد بها دراسة المشروع السياحي من النواحي التسويقية والفنية والمالية والقانونية و البيئية... الخ، و إجراء التقديرات و التنبؤات اللازمة باستخدام أساليب و طرق فنية ترتبط بهذه المجالات بهدف التحقق من أن المشروع يحقق منافع تبرر تكاليفه وعلى أساس نتائج هذه الدراسة يتم اتخاذ القرار بتنفيذ المشروع من عدمه، و تبدأ هذه الدراسة إذا كانت نتائج دراسات الجدوى المبدئية مشجعة، بمعنى ذلك أن هناك جدوى من إقامة مشروع سياحي أو مجموعة مشاريع.¹ وتشمل الدراسات التالية: دراسة الجدوى التسويقية، دراسة الجدوى الفنية، دراسة الجدوى المالية ودراسة الجدوى القانونية. و التي سيتم تناولها بشكل مختصر على أن يتم التوسع فيها من خلال المباحث اللاحقة، و هذه الدراسات هي:

الدراسة التسويقية: تهدف إلى التطرق بالتفصيل إلى ظروف العرض والطلب ومستويات الأسعار والتنبؤ بالتطورات في المستقبل، كما تحدد مواصفات المنتج في ضوء أذواق ورغبات السياح، ورسم الإستراتيجية التسويقية والتي تتضمن أفضل الطرق للتسويق والترويج والتسعير.

الدراسة الفنية: تنصب دراسة الجدوى الفنية على التخطيط والإعداد لحجم للمشروع بناء على ما تم الحصول عليه من نتائج وتقديرات دراسات الجدوى التسويقية السابقة لها، وتحديد في النهاية حجم الطاقة الاستيعابية و المشاريع الملحقة المرتبطة به والبديل المناسب لحجم المشروع والموقع الملائم، وأسلوب الإنشاء الملائم، وتحديد المسنزمات من الموارد والعمالة، وأخيراً توفير البيانات وتقدير التكاليف الاستثمارية وتكاليف التشغيل السنوية.

الدراسة المالية: وتهدف إلى ترجمة نتائج الدراسات الأخرى إلى تقديرات مالية وتشمل هذه الدراسة التكاليف الاستثمارية للمشروع، وكذا الإيرادات السنوية على مدى العمر الإنتاجي الافتراضي المتوقع للمشروع، وتحديد كيفية تمويل المشروع و الحوافز و التسهيلات المقدمة، وفي الأخير يتم تقييم نتائج هذه الدراسة باستخدام مفهوم التدفقات النقدية.

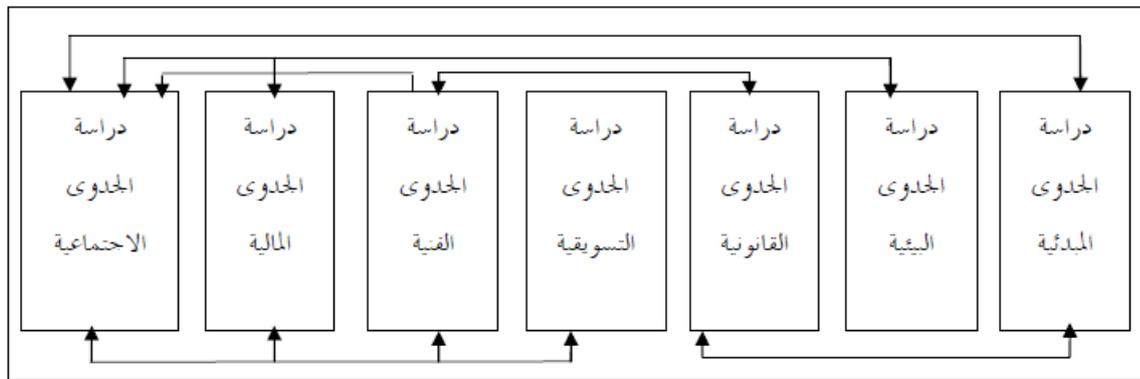
الدراسة القانونية: و تهدف إلى التحقق من مدى توافق المشروع المقترح مع القوانين واللوائح المنظمة للاستثمار في الدولة.²

¹ محمد هشام خواجهكية، دليل إعداد و تقييم المشروعات الإستثمارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص 26.

² صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره ، ص 28، 29.

و في هذه المرحلة لا ينتقل الذي يقوم بدراسات الجدوى إلى النوع التالي من الدراسات التفصيلية إلا إذا ثبت جدوى النوع الذي قبله، فمثلا لا يكون منطقيا بل و مكلفا الذهاب إلى الجدوى الفنية إلا إذا قمنا بدراسة الجدوى التسويقية، مع العلم أن هناك علاقات داخلية متبادلة فيما بين دراسات الجدوى كما هي ظاهرة في الشكل أدناه، والتي توضح وجود علاقة تنبؤية بين دراسة الجدوى المبدئية والبيئية والقانونية والتسويقية والفنية والمالية... الخ، بمعنى أن يتم إجراء كامل الدراسات في وقت واحد ويتم تبادل النتائج فيما بين الفرق المتخصصة:¹

الشكل رقم (11): العلاقات الداخلية المتبادلة لدراسات الجدوى الاقتصادية.



المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، دراسات الجدوى الاقتصادية واتخاذ القرارات الاستثمارية ص55.

و يبقى الهدف الرئيسي لدراسة الجدوى التفصيلية هو إقناع المستثمر أو المستثمرين (قطاع خاص، أو قطاع عام، أو مختلط) وطني أو أجنبي بأن عائد الاستثمار مجدي إقتصاديا، و يستحق التضحية بالأموال من أجل إقامة المشروع السياحي المقترح، فمن خلال استطلاع نتائج دراسة الجدوى التفصيلية يصل المقيمون إلى مرحلة تقييم جدوى البدائل الاستثمارية المتاحة وترتيبها على أساس المفاضلة لاتخاذ قرار نهائي و تبني البديل الأفضل.

رابعا- مرحلة التقييم النهائي واتخاذ القرار:

إذا ثبت جدوى المشروع من خلال المرحلة الخاصة بدراسة الجدوى التفصيلية يتم الانتقال إلى المرحلة الرابعة التي تنطوي على تطبيق مجموعة من المعايير للحكم على مدى ربحية و جدوى المشروع و يطلق عليها معايير تقييم المشروعات و تشير المجموعة الأولى إلى معايير تقييم الربحية التجارية أو ما يعرف بالتقييم المالي للمشروع من وجهة نظر المستثمر الخاص، أما المجموعة الثانية من المعايير فهي معايير تقييم

¹ عبد الحميد عبد المطلب، دراسات الجدوى الاقتصادية واتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص ص 55-60.

الربحية الإجتماعية أو ما يعرف بمعايير التقييم الإقتصادي من وجهة نظر الدولة. و سنتناولها بشرح مستفيض في الفصل الموالي.

ومن المفضل أن يتولى فريق جديد عملية التقييم أو يدعم الفريق القائم بدراسة الجدوى بعدد من الخبراء والمستشارين لإجراء عملية التقييم، وتتم هذه المرحلة بالتأكد من المواصفات الفنية، والتأكد من ملائمة حجم المشروع وموقعه ومميزات الموقع، التأكد من مصادر التمويل وشروطه، مراجعة تقديرات عوائد المشروع (المالية)، مراجعة الآثار غير المباشرة للمشروع والآثار البيئية له... الخ¹.

المبحث الثاني: دراسات الجدوى التفصيلية للمشروعات السياحية

دراسات الجدوى التفصيلية عبارة عن دراسات لاحقة لدراسات الجدوى الأولية، ولكنها أكثر تفصيلاً ودقة وشمولية منها، وهي بمثابة تقرير مفصل يشمل كافة جوانب المشروع المقترح، والتي على أساسها تستطيع الإدارة العليا أن تتخذ قرارها، إما بالتخلي عن المشروع نهائياً أو الانتقال إلى مرحلة التنفيذ. وتعتبر دراسات الجدوى الأولية والتفصيلية متكاملة ومتتالية، ولا يمكن الاكتفاء بدراسة واحدة لكي تكون بديلة عن الدراسة الأخرى أي ليست معوضة، ومن مكونات دراسة الجدوى التفصيلية: الدراسة التسويقية، الدراسة الفنية، الدراسة القانونية، الدراسة المالية. وسنحاول من خلال هذا المبحث الكشف عن جوانب هذه الدراسات وتكييفها مع طبيعة وخصائص المشاريع السياحية.

المطلب الأول: دراسة الجدوى التسويقية للمشروعات السياحية

إن الدراسة التسويقية للمشروع السياحي تعد بمثابة نقطة البداية لأي دراسة جدوى تفصيلية، وأن أي إهمال أو مبالغة في تقدير (مدخلات الدراسة) الخاصة بحجم وطبيعة سوق المنتجات والخدمات في المجال السياحي، وتقدير طاقته الاستيعابية، وطرق جمع المعلومات وأساليب تبويبها وتنظيمها، سوف يؤدي حتماً إلى حدوث أخطاء في التقييم (مخرجات الدراسة)؛ مما يقتضي ضرورة توخي الدقة والحذر أثناء العمل على إنجاز مثل هذه الدراسات (سواء كان ذلك بالنسبة للمشروعات الجديدة المقترحة أو تلك التي يراد توسيعها).²

¹ سعد طه علام، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفرق لل نشر والتوزيع، ط1، دمشق، سوريا، 2006، ص21، 22.

² قاسم ناجي حمدي، أسس إعداد دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، ج1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص127.

أولاً: طبيعة دراسة الجدوى التسويقية

تعطي دراسة الجدوى التسويقية نظرة شاملة عن الجوانب التسويقية المحيطة بفكرة المشروع السياحي، والتي توضح ما إذا كانت فكرة المشروع قابلة للتنفيذ أم لا من الناحية التسويقية¹ ونستعرض فيما يلي تعريف الجدوى التسويقية، أهميتها، أهدافها، وخصائصها في ما يخص المشاريع السياحية:

1- تعريف دراسة الجدوى التسويقية:

هي عبارة عن مجموع الدراسات والبحوث التسويقية التي تتعلق بالسوق السياحي الحالي والمتوقع للمشروعات المقترحة، والتي ينجم عنها توفر قدر من البيانات والمعلومات التسويقية تساهم في التنبؤ بقيمة وحجم المبيعات من خدمات ومنتجات المشروعات خلال فترة مستقبلية.² والجدوى التسويقية عموماً هي: مجموعة الاختبارات والتقديرات والأساليب والأسس التي تحدد فيما إذا كان هناك طلب على منتجات المشروع السياحي خلال عمره الافتراضي أم لا. و تتمحور حول تقديرات الإيرادات المتوقعة في ضوء الظروف المختلفة للسوق والمنافسة، وما إذا كانت الأسواق محلية أم خارجية، وتبقى نتائج دراسة الجدوى التسويقية باقي جوانب دراسات الجدوى الاقتصادية.³

2- أهمية دراسة الجدوى التسويقية:

تنطوي دراسة الجدوى التسويقية على أهمية بالغة يمكن تلخيص في النقاط التالية:

- تعتبر دراسة السوق والتسويق، والتنبؤ بالطلب على منتجات السياحي، نقطة البداية في الدراسة التفصيلية للمشروع، وهي امتداد دراسة الجدوى المبدئية ولكنها أكثر تفصيلاً وأعمق تحليلاً منها، ولدراسة الجدوى التسويقية أهمية بالغة، إذ تبين ما إذا كان هناك طلب على منتجات المشروع السياحي بالحجم المطلوب قبل الخوض في الدراسة التفصيلية من حيث الجوانب التقنية والمالية والقانونية.⁴
- دراسة السوق وتحليل جدواها تعتبر بمثابة المفتاح للدراسة الفنية والهندسية اللاحقة فهي بمثابة محورا ارتكازي لتحديد حجم ونوع وصنف المشروع السياحي المقترح أو التوسع في مشروع قائم، وحساب التكاليف والعوائد وما يترتب من خلالها لتحليل الكلفة/المنفعة دراسة جدوى المشروع السياحي.⁵

¹ Ronald A. Nykiel, **Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism**, Haworth Press, New York, U.S.A.,2007, P.132.

² سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات و مشروعات B.O.T بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص26

³ عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي: مدخل استراتيجي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص129.

⁴ عبد القادر بابا، دراسة الجدوى الاقتصادية، دار الرواد، عمان، 2014، ص 99.

⁵ مصطفى يوسف كافي وآخرون، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار المجتمع العربي، عمان، 2015، ص 87.

إضافة لذلك فإن دراسة السوق تعد الأساس في رسم السياسة التسويقية والترويجية والطرق المناسبة لوصول الخدمة السياحية إلى السائح واستقطابه، ذلك أن القيام بدراسة الجدوى الفنية لا يتم إلا بعد التأكد من وجود سوق وطلب على المنتج السياحي.¹

- يعتمد نجاح المشروع بشكل أساسي على إمكانية الترابط القوي بين كل من الدراسات الفنية والمالية والتجارة مع الدراسة التسويقية، فإذا كانت التقديرات التي وصلت إليها الدراسة التسويقية غير واقعية، وغير دقيقة، فإن ذلك سيؤثر بالضرورة على كفاءة كل من الدراسة الفنية والمالية والتجارية.²

3_ أهداف دراسة الجدوى التسويقية:

يتمثل الهدف الأساسي من دراسة الجدوى التسويقية في تقدير حجم الطلب الكلي على منتجات المشروع السياحي المقترح، يتضمن هذا الهدف العديد من الأهداف الفرعية الأخرى تتمثل في³:

- 1- تقدير حجم الطلب المتوقع على منتجات المشروع المقترح. ومعدلات نموه.
- 2- تحديد الحجم الكلي للوق المرتقب والشريحة التسويقية للمشروع.
- 3- تحديد هيكل ونوع السوق ودرجات المنافسة التي يمكن أن يتعرض لها المشروع إضافة إلى تحديد التقسيم الجغرافي والقطاعي للسوق بحسب نوعية المستهلكين ودخولهم وأعمارهم.
- 4- تحديد نمط الأسعار واتجاهها في الماضي والحاضر والمستقبل وتخطيط الإستراتيجية السعرية.
- 5- تحديد مدى إمكانية تسويق المنتج، مع التوصيف الدقيق للمنتج والسوق الخاص به.
- 6- القيام بالحملات الترويجية والإعلانية الخاصة بالسلع/ الخدمات.
- 7- تحديد الأسلوب الملائم لتقدير حجم الطلب على المنتج .
- 8- تقدير العرض الحالي والمستقبلي ومن ثم تقدير الفجوة التسويقية إضافة إلى تحديد حصة المشروع في سوق السلعة/ الخدمة.
- 9- تحديد حجم الإنتاج الملائم طوال العمر الافتراضي للمشروع، مع الأخذ بعين الاعتبار ردود فعل المستهلكين والمنافسة،
- 10- تحديد قنوات ومنافذ البيع والتوزيع وتكاليفها.
- 11- تحديد القدرة الاستيعابية للسوق الحالي والمستقبلي وتحديد البدائل المتوفرة.

¹ خليل محمد خليل، دراسة الجدوى الاقتصادية، ط1، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، القاهرة، 2008، ص 10.

² مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص88.

³ سعيد عبد العزيز عثمان، دراسة جدوى المشروعات بين النظرية و التطبيق، مرجع سبق ذكره، ص 55، 56

4_ خصائص دراسة الجدوى التسويقية:

- تتصف دراسات الجدوى التسويقية بعدد من الخصائص المميزة لها ومن أهمها:¹
- حاجتها للعديد من أساليب التحليل والتنبؤ لدراسة السوق، وتقدير الطلب بأكبر درجة من الدقة.
 - تباين إمكانية القيام بدراسات الجدوى التسويقية ويختلف مستوى وضعها بمدى توافر وتقديم الأساليب الكمية المعتمدة في التحليل، ودرجة تمثيل العينة المختارة في الدراسات الميدانية اللازمة لدراسة السوق وبدرجة عالية من الكفاءة.
 - تأثير حجم السوق، ودرجة المنافسة في إجراء دراسات الجدوى التسويقية، إذ أن نوع البيانات وحجمها ودرجة تعقيدها يختلف باختلاف حجم السوق وقوة ونوع المنافسة.
 - ويعتبر النشاط السياحي أكثر تعقيدا في تقدير الطلب على المنتجات السياحية كونها غير ملموسة ماديا ولا يمكن استخدامها إلى بعد الانتقال إليها كمقصد سياحي، كما لا يمكن تجريبها من قبل إلا بعد الوفود إليها. مما يجعل من الطلب والعرض السياحيين ذو خصوصية وحساسية كبرى تستلزم أساليب وأدوات تحليل وتنبؤ عالية الدقة ودراسات ذات درجة كفاءة عالية.

ثانيا: مراحل إجراء دراسة الجدوى التسويقية:

تمر عملية إعداد دراسة الجدوى التسويقية بعدد من الخطوات المتتالية المترابطة إذ تبدأ بتجميع البيانات والمعلومات اللازمة منها، يلي ذلك دراسة السوق بشكل منفصل ثم تحديد الخطط والاستراتيجيات المناسبة لدخول السوق عن السوق بشكل منفصل ثم تحديد الخطط والاستراتيجيات المناسبة لدخول السوق عن طريق إعداد المزيج التسويقي ومن ثم إعداد التقرير النهائي كما هو في الآتي:

1_ تجميع البيانات والمعلومات اللازمة لدراسة السوق ومصادرها:

لا يمكن البدء بدراسة الجدوى التسويقية لمشروع سياحي الا بعد القيام بتحديد البيانات والمعلومات اللازمة لهذه الدراسة، فلا توجد قائمة محددة ونمطية للبيانات المطلوب جمعها لكل المشروعات، بل تتوقف هذه البيانات والمعلومات عن طبيعة السلعة أو الخدمة ذاتها²، وتعتمد الدراسة التسويقية السياحية غالبا على مجموعة من البيانات مختلفة المصادر، ومختلفة من حيث درجة الأهمية، نذكر منها على سبيل المثال:³

¹ محمود محمد ديب طيوب، الجدوى الاقتصادية للمشروعات، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، 2008، ص63، 64.

² مصطفى محمود أبو بكر، فهيمي معالي حيدر، دليل إعداد دراسات جدوى المشروعات وتحقيق فاعلية القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص95.

³ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص ص49-52. (بتصرف).

أ- بيانات عن السكان: تتضمن ما يلي:

- عدد السكان الحالي الذي يستخدم في التعرف على مستوى استهلاك الفرد، دراسة العلاقة بين الاستهلاك وعدد السكان.

- معدل نمو السكان وعلاقته بمعدل النمو في الطب.

- توزيع السكان حسب فئات السن والجنس، للتعرف على الفئة المستهلكة للسلعة والتمكين من وضع سياسة الإعلان والترويج المناسبة.

- توزيع السكان حسب درجة التعليم، فأتماط الاستهلاك تختلف باختلاف مستويات التعليم.

ب بيانات عن الدخل: وتشمل على:

- بيان عن الدخل القومي موزع على القطاعات المختلفة .

-متوسط دخل الفرد وإمكانية شراؤه للسلعة.

-توزيع الدخل على فئات السكان، للتعرف على فئات الدخل المستهلكة للسلعة.

ج- بيانات عن النشاط التجاري: تتعلق بمعرفة عدد المؤسسات العاملة، نوعية منتجاتها، أرقام

المبيعات، توزيعها على المناطق، تقديرات الأرباح، ومن ثم تقدير نوع النشاط الأفضل للقيام به

د- بيانات عن النقل والمواصلات: من خلال معرفة طاقات النقل المختلفة، مسافات الطرق، وسائل

النقل المستخدمة، وسياسة النقل "تأجير، امتلاك، اعتماد على وكلاء النقل.... إلخ".

والتعرف كذلك على إمكانيات النقل الدولي الجوي والبحري.

ه- بيانات عن السياحة الخارجية:

- الصادرات السياحية بالقيمة والكمية والنوع.

-الواردات السياحية بالقيمة والكمية والنوع.

- وضعية الميزان السياحي، وإمكانية إحلال السياحة المحلية محل الواردات السياحية.

و- بيانات عن سياسة الحكومة: وتشمل القيود المفروضة على النشاط السياحي، حركة دخول وخروج

الأفراد، إجراءات التأشيرات، وكذا الحوافز الممنوحة، ونظام الضرائب الجمركية المعمول به... إلخ.

ي- بيانات عن سلوك المستهلك السياحي: من خلال بحوث المستهلك السياحي والتي تهدف إلى

دراسة السائح دراسة وافية من خلال جمع البيانات اللازمة حول رغباته، دوافعه نوع الخدمة السياحية

التي يطلبها سعرها ودرجتها...." والتي تساهم بصورة فعالة في تحقيق أقصى درجات الإشباع وتخلق

الطلب على المنتج السياحي.

ويمكن تقسيم هذه البيانات إلى نوعين أساسيين:¹

النوع الأول: البيانات الأولية

وهي تلك التي يتم جمعها لأول مرة من الباحث إما عن طريق الميدان أو الاستقصاء أو الملاحظة، ويتم اللجوء إليها عندما لا تكفي البيانات الثانوية أو تكون غير دقيقة، حيث يأتي المسح الميداني الذي يستخدم فيه الباحث التسويقي ما يتوفر لديه من أدوات ووسائل لجمع البيانات والمعلومات التسويقية الأولية، ومن أهم تلك الوسائل والأساليب. ما يلي:²

أ- أسلوب الاستقصاء: حيث يتم من خلاله توجيه بعض الأسئلة إلى مجموعة السائحين المستهدفين بهدف الحصول على البيانات المطلوبة عن طريق ما يلي:

- استقصاء الحقائق: من خلال توجيه بعض الأسئلة للسائح بهدف جمع البيانات عن بعض الحقائق العامة مثل العمر، المهنة، مستوى الدخل والمستوى الاجتماعي ومدى استخدام أو عدم استخدام المنتج السياحي.

- استقصاء الآراء: ويقصد بها التعرف على لاتجاهات وآراء السائح فيما يتعلق بمنتجات واتجاهات المنظمة وكذلك طرق الترويج.

- استقصاء الدوافع: وهو أصعبها على الإطلاق لأنه يهدف إلى دراسة ما هو كائن في نفس السائح مثل أسباب تفضيله سلعة أو خدمة سياحية عن غيرها.

ويمتاز هذا الأسلوب بعدد الإجابات مثل الحصول على كم كبير من المعلومات التي تؤدي إلى تعظيم فائدة الدراسة، شرط: أن تكون المعلومات تخدم بالفعل موضوع الدراسة، إلا أنها لا تخلو من العيوب فقد تكون ذات تكلفة عالية، وقد تكون غير دقيقة لتحيز الباحث أو إحجام البعض عن الإجابة.

ب- أسلوب الملاحظة: من خلال ملاحظة متغيرات السوق السياحي سواء من خلال سجلات السوق (ملاحظة غير مباشرة)، أو من خلال مراقبة وملاحظة تصرفات ووقائع معينة في السوق خلال فترة معينة وتسجيلها (ملاحظة مباشرة)، وكذلك ملاحظة السلوك الخاص بالسائحين وتدوينه أولاً بأول حيث يمكن أن يتم هذا الصورة شخصية بتدوين الملاحظات في نماذج معدة مسبقاً، أو عن طريق

¹ علي محمد خضر وآخرون، أسس دراسة الجدوى للمشروعات الاستثمارية الزراعية، جامعة عمر المختار- البيضاء، ليبيا، 1996، ص ص 80-83. (بتصرف).

² راجع كذلك، مبارك لسوس، تقييم المشروعات الاستثمارية في قطاع الري الزراعي بالجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص ص 70-72.

استخدام الأجهزة الإلكترونية مثل كاميرات المراقبة التي يتم وضعها في الأماكن المزدهمة بالسائحين و المزارات بمعنى تصبح الملاحظة هنا آلية إلكترونية.

النوع الثاني: البيانات الثانوية

وهي تلك البيانات والمعلومات التي تكون متوافرة في مرحلة سابقة عن الدراسة التسويقية، ففي بيانات تاريخية يتم الحصول عليها من المقالات والدراسات المنشورة في الدوريات والمجلات العلمية، والتي تنشرها مديريات ووزارة السياحة أو المؤسسات الدولية، ومنظمة السياحة العالمية، أو البيانات التي تنشرها مختلف الأجهزة المكلفة بتطوير السياحة، كما قد يكون مصدرها داخلي في حالة المعلومات والبيانات المبوبة والمسجلة في مختلف دفاتر وسجلات الشركة والتي يتم من خلالها تسجيل العديد من البيانات الخاصة بدرجة رضا السائح عن المنتج السياحي ونظم البيع، وآرائهم بشأن المنتجات المعروضة والمنافسة وعناصر القوة والضعف بها.

وتوفر المصادر الثانوية للبيانات العديد من المعلومات التي تتعلق بالعديد من المتغيرات الاقتصادية والأنشطة السياحية التي يمكن أن يكون لها تأثير مباشر أو غير مباشر على نشاط المشروع السياحي، ونطاق السوق الذي ينشط فيه، إذ يمكن من خلالها الحصول على:¹

- بيانات عن التكاليف والأسعار وظروف الاقتصاد ككل.

- بيانات ومعلومات عن نشاط وجاذبية السوق في الفترات السابقة.

بيانات عن تقديرات النشاط في الفترات المستقبلية.

وتجدر الإشارة إلى أنه يجب توخي الحذر عند التعامل مع هذه البيانات الثانوية لأنها مستقاة من ظروف سابقة، خاصة وأن الدراسة التسويقية متعلقة بالمنتج والسوق السياحي الذي يتميز بالعديد من الخصائص التي تجعل الاعتماد على بيانات مستقاة من ظروف تاريخية سابقا لا تصلح لإجراء الدراسة الحالية وقد تختلف كلية عنها من حيث الأهداف.

2- دراسة السوق السياحي: " توصيف السوق السياحي "

تم عملية توصيف السوق من خلال القيام ب:

- تجزئة السوق: أي تقسيم السوق السياحي إلى مجموعة من الأسواق الفرعية لكل منها خصائص مميزة تجعل من الدراسة أكثر دقة.

¹ سمير عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص ص 40-44.

- تحديد السوق المستهدف: أي تحديد القطاع السوقي المستهدف والذي سيركز المشروع خدماته عليه، وفي حالة المشروعات الجديدة عادة يفضل عند دخول سوق جديد التركيز على قطاع واحد فقط، وإذا ثبت نجاحه يمكن التوسع إلى قطاعات أخرى.

- تقدير حجم السوق السياحي: عن طريق تحديد العرض والطلب على المشروع الحالي و المستقبل.

- تقدير حجم الفجوة التسويقية ونصيب المشروع منها: حيث تتمثل الفجوة التسويقية في الفرق بين الطلب الكلي المتوقع على خدمات ومنتجات المشروع السياحي المقترح والعرض الكلي المتوقع في نفس الفترة الزمنية، فإذا كان العرض السياحي مساويا ومتقاربا للطلب أو أكبر منه فمعنى ذلك أن السوق السياحي متشبع، ولا مجال لطرح المزيد من الخدمات السياحية.

أما إذا كانت الطلب أكبر من العرض فهذا يعني وجود فجوة تسويقية يمكن للمشروع السياحي أن يظفر بحصة سوقية منها.¹ و سنتناول هذه العناصر بجزء من التفصيل في الجزء الموالي.

3- إعداد المزيج التسويقي السياحي:

بعد دراسته السوق السياحي والتنبؤ بالطلب المرتقب في دراسة الجدوى التسويقية وتحديد الفجوة وعلى اعتبار هذه الفجوة ليست مساحة تسويقية جاهزة لاستقبال خدمات ومنتجات المشروع موضوع الدراسة وإنما جاهزة لاستقبال هذه الخدمات أو المنتجات من كافة المشروعات الجديدة المماثلة فإنه من الضروري إعداد مزيج تسويقي ليأخذ المنتج أو الخدمة السياحية نصيبه من السوق كجزء من الفجوة التسويقية.²

ويقصد بالمزيج التسويقي مجموعة الوظائف التي تلتزم المنظمة بها لضمان تدفق السلعة أو الخدمة من مصدر إنتاجها أو طرحها إلى مصدر استهلاكها واستخدامها، والوسائل التي تحقق رغبات واحتياجات المستهلكين وقدراتهم على الشراء، بالإضافة إلى متابعة العرض والطلب على المنتج من حين لآخر لتخطيط البرامج التسويقية³، ويشمل المزيج التسويقي أنشطة التخطيط لعناصر المزيج وهي المنتج والسعر والتوزيع والترويج والأفراد والعملية والبيئة المادية.⁴

¹ إيمان جمال علي محمد بكر وآخرون، دور الجدوى التسويقية في نجاح المشروعات السياحية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، العدد 08، ديسمبر 2020، ص 234.

² رشيد فراح، يوسف بودلة، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 12، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012، ص 106، 107.

³ أحمد عادل حماد، نحو إستراتيجية تسويق فعالة للسياحة السوداء في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، 2017، ص 79.

⁴ عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق، الدار الجامعية، بيروت، 1994، ص 26.

وعلى الرغم من أن الأنشطة التسويقية تبدأ بعد إتمام تنفيذ المشروع وإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة إلا أنه يلزم التخطيط لها وإعدادها بمرحلة الدراسة، نظرا لارتباطها الوثيق بدراسة السوق لتحديد الفجوة التسويقية ومن ثم التخطيط للبرامج، لذلك فإن عدم الاهتمام الكافي بالجانب التسويقي في مرحلة الدراسة قد يمثل أحد العوامل الهامة لفشل المشروع السياحي خاصة بالمراحل الأولى لنشاطه، فإذا تم تحديد الطلب المتوقع بدقة في دراسة السوق ولم يواكبه إعداد جيد للمزيج التسويقي فإن ذلك ينعكس على تقليل فاعلية تقدير الطلب ومن ثم تتضح أهميته بدراسة الجدوى لجعل المنتج السياحي المطروح ذا ميزة.... على المنتجات المثلية أو البديلة بما يحقق الأهداف التسويقية وزيادة البيع والربحية.¹

4- إعداد التقرير النهائي لدراسة الجدوى التسويقية:

بعد إتمام تحليل البيانات ودراسة السوق بما يشمل من العرض والطلب، يتم كتابة تقرير عن نتائج الدراسة التسويقية، بحيث يتضمن الهدف من إجراءاتها والطرق والوسائل التي اتبعت في تجميع البيانات وجدولتها وتحليلها واستخلاص النتائج منها وأهم المعلومات والنتائج التي تم التوصل إليها من تحليل البيانات المتاحة وهل هي في صالح إقامة المشروع أم لا نتيجة لعدم وجود طلب على المنتج أو أن هناك عوامل تؤثر على مدى تقبل السوق للسلعة والخدمة السياحية وبناءً عليه قد تقف دراسة جدوى المشروع عند هذه المرحلة.²

ويتأثر التقرير النهائي لتحليل السوق باعتباريات عديدة مثل: الميزانية المخصصة للدراسة، الزمن المتاح للقيام بها، ومدى توفر البيانات، كما أن حجم التقرير يتوقف على درجة عمق التحليل الذي يقوم به الدارس، ومهما كان حجمه فلا بد أن يتضمن ثلاثة جوانب أساسية وهي:³

– **عرض الأهداف:** توضح خلفية تحليل السوق السياحي، مع تحديد منطقة السوق والسلعة التي سيتم دراستها والمعلومات المنتظر التوصل إليها من الدراسة.

– **مدخل الدراسة:** عرض الخطوات المستخدمة في تجميع وتحليل وتفسير البيانات والإشارة إلى النماذج والأدوات المستند عليها في الدراسة.

– **عرض النتائج:** يتم عرضها بدون أي تحيز من الدارس، وعند هذه المرحلة يمكن اتخاذ القرار الخاص بالاستمرار أو التوقف عن تحليل المشروع.

¹ صلاح الدين الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996، ص 35.

² إيمان جمال علي محمد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 235.

³ محمد صالح الحناوي، الإدارة المالية، التحليل المالي للمشروعات الجديدة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 103.

ثالثا: متطلبات دراسة السوق السياحي في إطار الجدوى التسويقية:

إن الهدف من دراسة السوق، يصبو إلى تحديد الطلب وعرض المنتج، والتنبؤ بتطور العرض والطلب المستقبلي عليه، ومستويات الأسعار في إطار السوق المحلي والإقليمي والدولي، ويعتبر المشروع سليما إذا كان هناك طلب على منتجاته سواء كان هذا الطلب محليا أو دوليا، ليس فقط من أجل مواصفاتها بل من أجل تكاليفها أيضا، مع الأخذ بعين الاعتبار أن يكون هذا الطلب لفترة زمنية مستقبلية تكفي على الأقل لاسترداد ما يتم استثماره، دراسة السوق السياحي لهذا الغرض تتطلب المراحل التالية:

1- تجزئة السوق السياحي: يتكون السوق السياحي من مجموعة سياح يختلفون باختلاف عدة مقاييس (الخصائص السلوكية، الديموغرافية، السيكولوجية، الجنس، الدخل الفردي... الخ، من هذا المنطلق يتم تقسيم السوق السياحي إلى أجزاء ذات طبيعة متجانسة من فئات جزئية يشتركون في الحاجات والرغبات لإعداد مزيج تسويقي موحد يساعد على أخذ حصة في السوق حسب إستراتيجية تسويقية خاصة بالمؤسسة السياحية وفيما يلي عرض وجيز حول المعايير التي يتم من خلالها تجزئة السوق السياحي:

- **تجزئة الأسواق السياحية حسب فئة السن:** وهو التقسيم الذي يراعي السن الذي يمر به الفرد سواء الأطفال أو الشباب أو الكهول أو الشيوخ، فمثلا إذا أخذنا فئة كبار السن فقد يكون هؤلاء الأفراد في هذا السن راغبين في إضفاء جو من المتعة والسرور في حياتهم، قد يساعدهم من الناحية النفسية، فهذه الفئة يكون لها اهتمام خاص بمراكز العلاج الطبيعي التي يمكن اعتبارها أهم المنتجات السياحية التي تقدم لهم، والتي يستطيعون الذهاب إليها وتكاليف معقولة.

- **تجزئة السوق السياحي حسب المنافع المرجوة:** أي الحواجز التي قد يسعى السياح لتحقيقها من خلال ذهابهم إلى بلد ما والاستفادة من عدة أشياء وتحقيق عدة رغبات.

- **تجزئة الأسواق السياحية حسب المهنة التي يمتثلها السائح،** وتسهل هذه التجزئة رجال الأعمال والمتقنون الذين يكتشفون فرص الاستثمار أو التجارة في مناطق معينة قد تكون مناطق سياحية وقد يجودونها فرصة للاستمتاع.

- **تجزئة الأسواق السياحية على أساس الدخل:** يعتبر من أكثر الأساليب استخداما من طرف المؤسسات السياحية لتسويق منتجاتها، كأن تقوم المؤسسة السياحية بتنظيم رحلات سياحية لمجموعة ذات الدخل المرتفع، وهذا الأسلوب يستقطب الكثير من السياح الذين يرغبون في قضاء إجازاتهم بعيدا عن أجواء العمل.¹

¹ عبد القادر بابا، مرجع سبق ذكره، ص 124، 125.

- تجزئة السوق السياحي حسب نوع السياحة المطلوبة: أي أن الغرض من المنتج السياحي يتمثل في الدوافع أو النوازع لدى السياح وبالتالي يتحدد نوع السياحة، مثل الغرض من السياحة دافع ديني ثقافي، ترفيهي... الخ.¹

فمن خلال تقسيم السوق الكلي إلى مجموعات متجانسة من الضيوف المستهلكين تعرف باسم القطاعات السوقية يمكن العمل على إشباع احتياجات كل قطاع سوقي أو سوق فرعي حسب خصائصه المميزة وذلك بتقديم أفضل مزيج تسويقي له.² وحسب كولتر " Kotler " فإن هناك ثلاثة شروط يجب احترامها لتقسيم السوق السياحي وهي:

- أن يكون حجم الفئة المستهدفة لا بأس به لتحقيق الأهداف.
- أن تكون الفئة المستهدفة متاحة أي إمكانية الوصول إليها عن طريق المزيج التسويقي.
- أن يكون محددًا، أي أن الخصائص التي تعتمد عليها في تقسيم السوق قابلة للقياس ويحقق تجزئة السوق السياحي العديد من المزايا التي يمكن إجمالها في:
- تحديد الاختلافات الفردية في الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والسيكولوجية لكل قطاع.
- تحقيق أعلى درجات من الإشباع لاحتياجات ورغبات السياح داخل كل قطاع.
- التركيز على دراسة مجتمع سياحي مصغر، وبالتالي إمكانية التوفيق بين رغباتهم المختلفة.
- تصميم وتخطيط أفضل مزيج تسويقي يتناسب مع احتياجات السياح في كل القطاع التسويقي.
- التعرف على وضعية السوق والفرص التسويقية المتاحة وتحديد القطاع التسويقي المستهدف³ وفي إطار دراسة السوق ينبغي التعرف على نوع السوق، هل هو سوق تنافسي أو احتكاري، أو احتكار قلة، أو احتكار تنافسي، والتعرف أيضا على أذواق السياح وتفضيلاتهم وتوزيعاتهم.

2- تحديد السوق السياحي المستهدف:

تتركز جهودات القائمين بدراسة الجدوى التسويقية على تحديد ورسم صورة واقعية لكل قطاع مستهدف بما يعكس خصائصه الديموغرافية والسيكولوجية والاقتصادية وبالتالي إظهار جاذبيته كفرصة تسويقية حتى يمكن تقييمها، وفي نفس الوقت يتوجب الاهتمام بدرابته وتحليل سلوك السائح (الضيف)، مقاصده، اتجاهاته وتفضيلاته التي تختلف باختلاف الدخل والسن والجنس والديانة والمعتقدات

¹ عمر جوايرة المكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 117.

² Philip kotler, **marketing management " Analysais planning, Implémentation and control**, éd prentice hall ,new jersey, 1999, p 66.

³ William pride, m.ferrell, **o.c marketing** , Houghton ,nifflim company, U.S.A, 1991, p56.

والعادات¹، ذلك أن القطاعات السوقية أمام الوفاء باحتياجات السياح واستقطابهم كحصته من السوق تتفاوت فيما بينها من حيث النشاط والتنافسية والجاذبية وهي عوامل تساعد علة تحديد وتوجيه خدمات المشروع المقترح بما يتوافق ووضعية السوق المستهدف وسلوك زبائنه ومرتابيه من حيث الطلب السياحي وعموما بعد الوضعيات التالية في وصف الأسواق السياحية:²

1- الأسواق الرئيسية: تعتبر المصدر الأساسي للطلب السياحي الذي تعتمد عليه الدول المستوردة للسائحين، ما يجعلها تحض باهتمام أوفر لدى رجال التسويق بالمنشآت السياحية من حيث دراستها وتقسيمها وتركيز الجهود التنشيطية فيها، لاستمرار حركة التدفق السياحي القادمة منها.

2- الأسواق الثانوية: لا تحض هذه الأسواق بأهمية كبيرة مثل الأسواق الرئيسية، كونها تعتبر المصدر الرئيسي للحركة السياحية الكبيرة.

3- الأسواق النشطة: هي أسواق تتميز بدرجة فعاليتها الكبيرة نظرا لحجم التعاقدات التي تتم بها على بيع البرامج السياحية للسائحين أو الشركات والوكالات السياحية الكبيرة.

تقاس درجة نشاط السوق السياحي بعدد من العوامل أهمها:

- حجم التعاقدات التي تتم في السوق السياحي سنويا.

- درجة استجابة الطلب السياحي للنشاط التسويقي.

- عدد الشركات والوكالات السياحية الموجودة في هذه الأسواق وحجم نشاطها.

4- الأسواق الكامنة: هي أسواق تمثل في فترة زمنية معينة مصدرا رئيسيا للطلب السياحي نتيجة لوجود بعض الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية في الأسواق، ولمنها تتحول إلى أسواق فعالة ونشطة بزوال هذه الأسباب والعوامل.

5- الأسواق المحتملة: هي الأسواق التي يمكن للطلب السياحي أن يصل إلى أعلى مستوياته تبعا للجهود التسويقية والتنشيطية المبذولة، ذلك أن كل جهد إضافي زيادة علة الجهود محدودة في الطلب السياحي عن هذا المستوى³.

فالفندق مثلا يقوم باختيار القطاع السوقي المستهدف لتحديد الخدمات الموافقة والفرص المتاحة حسب خصائص هذا السوق، نقاط القوة والضعف للفندق بالطريقة التي تحقق أكبر إشباع لحاجات

¹ Philip kotler, Gay Armstrong, **principles of marketing**, Person printer, new jersey, 2008, p86.

² مصطفى يوسف كافي، تسويق الخدمات الفندقية، دار آلفا، قسنطينة، 2016، ص132.

³ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي "أسس عملية وتجارب عربية"، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص ص62-65.

ورغبات الزبائن ضمن الموارد المتاحة والأهداف العامة للفندق، مثلا فندق 5 نجوم لا يمكن أن يؤدي وظائفه حسب إمكانياته في منطقة نائية غير مؤهلة.

وحسب "Kolter" فإنه هناك ثلاث شروط يجب احترامها لتقسيم السوق السياحي وهي:
أ- أن يكون حجم الفئة المستهدفين لا بأس به لتحقيق الأرباح.
ب- أن تكون الفئة المستهدفون متاحة أي إمكانية الوصول إليها عن طريق المزيج التسويقي.

3- تقدير حجم السوق السياحي:

تتطلب الدراسة التسويقية معرفة شاملة بالسوق وامكانيات تقييم العرض والطلب السياحي الحالي والمستقبلي، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال دراسة حاجات ورغبات السياح ومدى الإمكانيات المتوفرة من خدمات وتسهيلات ومنتجات سياحية لاحتواء الطلب.¹

أ- تقدير حجم الطلب السياحي على منتجات المشروع السياحي:

لقد اتجهت دول سياحية كثيرة وكذا منظمات دولية إلى الاهتمام بتقدير حجم الطلب السياحي المتوقع تقديرا علميا باعتباره من الركائز الأساسية التي تقوم عليها الخطط السياحية وذلك بشكل كمي يتضمن الحركة السياحية الدولية القادمة إليها بما تتضمنه هذه الحركة من أعداد السائحين وأعداد الليالي السياحية في فترات زمنية مختلفة، كذلك الإيرادات السياحية السنوية والشهرية ومتوسطات إقامة وإنفاق السائحين تبعا لشرائح السوق السياحي المختلفة ولكل جنسية من جنسيات السائحين إلى غير ذلك من الحقائق التي تستخدم في تقدير حجم الطلب السياحي بشكل أقرب ما يكون للواقع المحتمل.

أهمية تقدير حجم الطلب السياحي:

احتلت دراسة الطلب السياحي وتقدير حجمه المتوقع أهمية كبيرة لدى خبراء السياحة والمتخصصين لما يتحقق عنه من مزايا عديدة أهمها:

- إمكانية تقدير حجم النشاط السياحي المتوقع في الدولة.
- وضع خطة سليمة وملائمة للطاقة الإيوائية تستطيع مواجهة الطلب السياحي المتوقع في المستقبل.
- تنمية المرافق والخدمات السياحية في الدول وتطويرها بقدر الإمكان بما يتلاءم مع حجم الطلب السياحي المتوقع بأنواعه وشرائحه المختلفة.
- إمكانية تقدير الإيرادات السياحية المتوقعة.
- وضع خطة واقعية لمستقبل الاستثمار السياحي تعتمد على التقديرات المختلفة لحجم الطلب السياحي.

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 245.

كما سبق يتضح أنه لا يمكن القيام بإعداد خطة سليمة للتنمية السياحية دون أن تكون مسبقة بتقدير علمي سليم لحجم الطلب السياحي المتوقع من حيث:

- أعداد السائحين من مختلف الجنسيات المتوقعة.
- حجم الإنفاق السياحي المرتقب.
- الإيرادات السياحية المنتظر تحقيقها في المستقبل.

من خلال المعطيات السابقة يمكن تحديد المنتج أو المرفق السياحي المقترح بناء على حجم الطلب المتوقع عليه والذي يعد الأساس الذي يتم الاستناد إليه لتحديد حجم المشروع وطاقته الاستيعابية الحالية والمستقبلية، وإن القصور في تقدير الطلب على خدمات المشروع السياحي وعدم توخي الدقة سينجم عنه مخاطر تهدد المشروع وللوصول إلى التنبؤ السليم لحجم الطلب على منتجات المشروع هناك أساليب متعددة يمكن اللجوء إليها تتوقف درجة دقتها على مدى توافر ودقة البيانات والمعلومات الضرورية حول السوق السياحي.

طرق التنبؤ بالطلب السياحي:

يتعين على القائمين بدراسة الجدوى التسويقية تقدير الطلب على منتجات المشروع عن فترات قادمة حتى يمكن تخطيط احتياجاته من المعدات والمواد الخام والأثاث والعمالة... الخ على أساس سليم، وتتوقف درجة الدقة في التنبؤ بالطلب على مدى توافر البيانات والمعلومات الضرورية اللازمة للتقدير وملائمة الطرق المستخدمة لها.

و للوصول إلى التنبؤ السليم لحجم الطلب على منتجات المشروع هناك أساليب متعددة تتوقف درجة دقتها على مدى توافر ودقة البيانات والمعلومات الضرورية التي سبق ذكرها، ويمكن حصر هذه الطرق في النماذج التالية: النماذج الوصفية، النماذج الكمية، النماذج الاقتصادية.

1- النماذج الوصفية: إن السمة المميزة لهذه النماذج أنها تعتمد على الخبرة والتقدير الشخصي للباحث التسويقي، وبالتالي فهي بسيطة وأقل دقة ونذكر أهمها:¹

- **أسلوب المقارنة التاريخية:** يتم تقدير المبيعات وفق هذا الأسلوب بالاعتماد على البيانات السابقة في الماضي، وذلك بناء على افتراض أساسي وهو أن المبيعات في المستقبل والحاضر ما هي إلا امتداد للمبيعات في الماضي، مع تغيرات بسيطة يمكن تقديرها بناء على الخبرة الشخصية، إن هذه الطريقة قليلة الدقة خاصة مع ظروف التقدم التكنولوجي السريع، كما أنها قد لا تناسب في تقدير الطلب بالنسبة للمشروعات التي تقدم منتجات جديدة لا صلة لها بمشاريع قائمة.

¹ سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 75-78.

- آراء الخبراء: تعتمد هذه الطريقة على مستوى المعارف والخبرات المتراكمة لدى مسيري التسويق وكذلك رجال البيع، وذلك لتحديد حجم الطلب المتوقع على منتجات المشروع محل الدراسة. وتتميز هذه الطريقة بالبساطة والاعتماد على الرأي والحكم الشخصي، مما قد يجعلها متحيزة في اتجاهات معينة وبالتالي الحصول على تقديرات غير دقيقة.

- التنبؤ باستخدام المقارنة الدولية: ويقوم هذا الأسلوب على أساس اللجوء إلى المقارنة والاعتماد على بيانات دول أخرى شبيهة، وذلك في حالة عدم توفر بيانات محلية عن الفرصة الاستثمارية محل الدراسة، ومن المعلوم إن عادات الشراء وسلوك المستهلكين لا تختلف من دولة لأخرى فقط بل من فرد إلى آخر في نفس الدولة، لهذا فإن هذه الطريقة غير سليمة ونضطر أحيانا لاستخدامها لعدم توافر البيانات.

2- النماذج الكمية: وهي نماذج رياضية وإحصائية استخدامها في عمليات التنبؤ يدخل في نطاق البحوث القياسية، ومن بين الأساليب التقديرية الشائعة نذكر ما يلي: ¹

- أسلوب السلاسل الزمنية: يعتمد هذا الأسلوب على فكرة وجود علاقة بين المتغيرات الحادثة لظاهرة معينة محل الدراسة والزمن، ويهدف إلى وصف دراسة سلوك ظاهرة معينة، وتمثل السلسلة الزمنية هنا مدى التغير الذي حدث في المبيعات بالنسبة للزمن، وتفيدنا في التنبؤ في سلوك المبيعات مستقبلا، وفي الواقع أن التغيرات الموجودة في أي سلسلة زمنية تظهر في أربعة أشكال هي:

* **التغيرات طويلة الأجل (تغيرات الاتجاه العام):** وتعكس التغيرات في سلوك الظاهرة في المدى الطويل نسبيا.

* **التغيرات الموسمية:** وهي التغيرات المتكررة خلال وحدة الزمن مثل التغيرات في كمية المبيعات من سلعة ما خلال مواسم الأعياد والمناسبات، حيث تزداد خلالها ثم تنخفض في بقية المواسم الأخرى.

* **التغيرات الدورية:** وهي تغيرات تطرأ على الظواهر الاقتصادية بطريقة شبه منتظمة مثل الدورات الاقتصادية كالرواج والكساد.

* **التغيرات العرضية أو غير المنتظمة:** وهي تغيرات فجائية تحدث لأسباب عارضة أو طارئة يصعب التحكم فيها كالتغيرات الناتجة عن الظروف الطبيعية أو الظروف غير متوقعة كالحروب والكوارث.

يمثل الاتجاه العام لمبيعات المشروع الرقم الذي تأخذه المبيعات في غياب التغيرات الموسمية أو الدورية أو غير المنتظمة وهناك أربعة طرق لقياس الاتجاه العام لأي ظاهرة وهي:

* طريق تمهيد المنحنى باليد أو التمهيد اليدوي.

¹ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص ص 68-73.

* طريقة المتوسطات المتحركة.

* طريقة شبه المتوسطات.

* طريقة المربعات الصغرى.

- التنبؤ باستخدام تحليل الارتباط والانحدار: يعرف الارتباط بصفة عامة بأنه مقياس لدرجة استجابة التغير في أحد المتغيرات للتغير في متغير آخر، فهو يعتمد على وجود متغير تابع وآخر متغير مستقل. وفي إطار دراسة الجدوى التسويقية فإن تحليل الارتباط يهدف إلى تحديد اتجاه وقوة العلاقة بين الطلب من ناحية وكل محدد من محدداته من ناحية أخرى، وتتدرج مقاييس الارتباط بين البسيط والجزئي والمتعدد، والتي تعكس درجة الارتباط بين المتغيرات.

ولدراسة العلاقة بين مبيعات المشروع والعوامل المؤثرة فيها نستخدم نماذج الانحدار والتي تسمح بقياس العلاقات التي تتضمنها دالة الطلب، ومن بين هذه النماذج نذكر ما يلي:

أ) نموذج الانحدار الخطي: ومعادلته من الشكل: $Y = a + bx$

حيث: y: المتغير التابع، x: المتغير المستقل، a, b: ثوابت معينة يتعين تحديدها

ب) نموذج الانحدار المتعدد الخطي: ومعادلته من الشكل:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

حيث: a, b₁, b₂, ..., b_n: ثوابت يتعين تعيينها.

ج) نموذج الانحدار غير الخطي: وصيغته متغيرة لأن العلاقة التي تربط بين المتغيرات غير خطية وحل مثل هذه النماذج يستخدم الحاسب الآلي لذلك.

3- النماذج الاقتصادية: وتتمثل بإيجاز فيما يلي:¹

* التنبؤ باستخدام متوسط استهلاك الفرد: يتم حصر بيانات الاستهلاك الفعلي في السنة أو الفترة الماضية، ثم الحصول على تقديرات السكان في تلك السنة حيث أن:

$$\frac{\text{الاستهلاك الفعلي في سنة معينة}}{\text{عدد السكان في تلك السنة}} = \text{متوسط استهلاك الفرد}$$

وفي حالة عدم التأكد من الحصول على بيانات الاستهلاك الفعلي، يمكن الاعتماد على حساب الاستهلاك الظاهري كما يلي:

$$\text{الاستهلاك الظاهري} = \text{الإنتاج المحلي} + \text{الواردات} - \text{الصادرات} - \text{المخزون.}$$

¹ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 66، 67.

ومن عيوب هذه الطريقة نذكر ما يلي:

(أ) استخدام متوسط عام لاستهلاك الفرد، بالرغم من أنه قد لا يكون هناك فئة تستهلك تلك السلعة.
 (ب) افتراض ثبات متوسط استهلاك الفرد، وهذا قد لا يتحقق إذ يميل متوسط استهلاك الفرد إلى الزيادة نتيجة للتنمية.

(ج) افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على استهلاك الفرد، (الدخل، السعر)، وهذا مخالف للواقع العلمي.

* التنبؤ باستخدام المرونة السعرية: ويقصد بالمرونة السعرية التغير النسبي في الكمية المطلوبة الناتجة عن التغير النسبي في سعرها.

$$\frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة}} = \text{معامل المرونة}$$

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

حيث ΔQ : التغير في الكمية المطلوبة، P : السعر الأصلي، ΔP : التغير في السعر.
 Q : كمية الطلب الأصلي.

* التنبؤ باستخدام المرونة الدخلية: تقيس المرونة الدخلية أثر تغير الدخل على الكمية المطلوبة من السلعة بالزيادة أو النقصان.

$$\frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في الدخل}} = \text{معامل المرونة الدخلية}$$

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta R}{R} = \frac{\Delta Q}{\Delta R} \times \frac{R}{Q}$$

حيث ΔQ : التغير في الكمية المطلوبة، ΔR : التغير في الدخل، R : الدخل الأصلي.
 Q : الكمية الأصلية.

ويمكن أن يأخذ معامل المرونة الدخلية قيما موجبة أو سالبة، وباستخدام معامل المرونة الدخلية يمكن تقدير حجم الطلب بنفس الأسلوب المتبع مع المرونة السعرية.

ب- تقدير العرض السياحي الحالي و المتوقع:

بعد التقدير والتنبؤ بحجم الطلب على خدمات المشروع السياحي، ينبغي تحليل العرض السياحي السابق والحالي وفقا لمصادره وتصنيفاته المختلفة سواء داخلي أو أجنبي، بالإضافة إلى تحليل المعلومات التي تساعد على تحديد المركز التنافسي للسلعة مثل أسعار البيع وجودة الخدمات والسياسات التسويقية للمنافسين.¹

والجدير بالذكر أن العرض والإنتاج السياحي عملية معقدة، كونها تقوم على عدة متغيرات يصعب جمعها في مكان وزمان معين، فالمنتج السياحي هو تركيب معقد جدا يتكون من عناصر غير متجانسة فالفندق لوحده لا يمكنه القيام بالنشاط السياحي ما لم تتوفر مقومات سياحية طبيعية أو ثقافية أو تاريخية تجذب السياح وتدفعهم للسفر كما أنه يحتاج إلى سلسلة من الخدمات المرتبطة بالنشاط السياحي كالإطعام والنقل والترفيه، وتسجيلات الدخول والخروج... الخ.

وبالتالي فإن تقدير العرض الحالي والمستقبلي يجب أن يكون بناء على معطيات تخص هذه السلعة المترابطة من النشاط السياحي حيث يدرس في هذا الإطار.

- تطور الطاقة الفندقية، توزيعها، تصنيفها.

- مستوى شغل المرافق السياحية في الأوضاع المختلفة وخصوصا أوقات الذروة وتوقعات المستقبل.

- عدد الليالي السياحية المستغلة والإيرادات الناتجة عنها وما هو مستهدف في الخطط المستقبلية للدولة أو القطاع.

- عدد الوافدين المحليين والأجانب على المؤسسات السياحية، والأرقام المستهدفة من السياحة الدولية والبرامج المخصصة لاستقطابها.

- أرقام الاستهلاك الخاصة بالمطاعم والمرافق الملحقة، ومعدلات تطورها دوريا، فمعظم المؤسسات السياحية صارت تعرض "خطوط لمنتجاتها" وليس مجرد منتج منفرد علما بأن هذه المنتجات قد تختلف بشكل جوهري عن بعضها البعض، واستجابة للتغير في الفرص السوقية قد تعيد النظر بمزيج المنتجات التي تطرحه في السوق، ففي بداية الثمانينات كانت مؤسسة (Marriott) مثلا تمتلك خمس مجموعات تشغيلية الفنادق السياحية، سلسلة مطاعم عائلية، مقاولات توريد مواد غذائية، قاعات ترفيه، وبواخر لنقل المسافرين، إلا أن مع بداية التسعينات اضطرت المؤسسة إلى تقليص عدد هذه المشاريع واستغنت عن القاعات الترفيهية ومقاولات توريد المواد الغذائية وبعض مطاعمها، وبدلا من ذلك وسعت نشاطاتها في مجال الفنادق من خلال افتتاح فنادق صغيرة لإيواء رجال الأعمال، علاوة على

¹ عبد القادر بابا، مرجع سبق ذكره، ص 105.

افتتاح سلسلة فنادق لأصحاب الدخل المتوسط والعالي، وكان هدف مؤسسة (Marriott) من وراء ذلك تلبية حاجات قاعات سوقية مختلفة، وجدتها المؤسسة مريحة.¹

4- تقدير الفجوة التسويقية وتحديد الحصة التسويقية للمشروع:

تتمثل الفجوة التسويقية للمنتج موضوع الدراسة بالفرق بين حجم الطلب والعرض لهذا المنتج. وبعد أن يتم تقدير الفجوة التسويقية يتم تحديد الحصة التسويقية للمشروع وهي الحصة التي يتوقع المشروع بتغطيتها في السوق والتي تمثل غالباً نسبة معينة من الفجوة التسويقية المتاحة وذلك علة اعتبار أن الفجوة التسويقية المتاحة لا تعتبر مساحة سوقية جاهزة لاستقبال إنتاج المشروع موضوع الدراسة بمفرده، وإنما جاهزة لاستقبال هذا المنتج كافة المشروعات الجديدة المماثلة، لذا يقوم المشروع بتحديد نصيبه من سوق المنتج كجزء من الفجوة التسويقية للاعتبارات التالية:

- يعتبر ذلك أساس لجميع التقديرات الفنية والتقنية والإدارية.
- يعتبر أساس لتحديد مدى الحاجة للتوسع في مشروعات قائمة أو إقامة مشروعات جديدة واختيار موقعها وتحديد التوقيت الزمني لإنشائها.
- يعتبر أساس لتوجيه الاستثمارات لبعض المشروعات دون غيرها.
- يرتبط بحجم المشروع بحجم الطلب الذي سيعطيه وترتبط بالإمكانيات الفنية والمالية اللازمة لإقامة المشروع بحجمه، بمعنى يتوقف على دراسته الجدوى التسويقية للمشروع قرار البدء في دراسة الجدوى الفنية للمشروع.

المطلب الثاني: دراسة الجدوى الفنية للمشروعات السياحية

تمثل دراسة الجدوى الفنية ركناً هاماً من أركان دراسة الجدوى التفصيلية للمشروعات السياحية فهي تهدف إلى تحديد الاحتياجات الفنية للمشروع الجديد اللازمة لإنشائه وتشغيله، وذلك بناءً على البيانات والمعلومات والنتائج المتوصل إليها في دراسة الجدوى التسويقية.

أولاً- طبيعة الدراسة الفنية للمشروع السياحي:

تعد دراسة الجدوى الفنية أحد ركائز دراسات جدوى مشاريع الإستثمار فهي تحتل مكانة كبيرة في تقييم المشروعات السياحية، إذ بدونها لا نستطيع إجراء الدراسات الاقتصادية و التمويلية لها، كما أن دراسة الجدوى الفنية للمشاريع السياحية باعتبارها مشاريع لمنشآت خدمية بالدرجة الأولى تختلف كلية عنها في المشاريع الصناعية من حيث نوعية الامكانيات و الدراسات و المعدات و وسائل الإنتاج و التكنولوجيا

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص248.

المطلوبة الأمر الذي يترتب عليه اختلاف في تصميم المشروع و طرق التشغيل و مسار الأعمال حيث تنصرف الدراسة الفنية في المشروعات السياحية إلى مجال الدراسة الهندسية، التصميم الفني و التجهيز بالدرجة الأولى عكس المشروعات الصناعية التي تأخذ فيها تكنولوجيا الإنتاج و طرق الإنتاج و التشغيل الجانب الأكبر:

1-تعريف دراسة الجدوى الفنية :

تتم الدراسة الفنية للمشروع بعد إجراء دراسة السوق وقبل إجراء التحليل المالي والاقتصادي. وتعتبر الدراسة الفنية من أهم مراحل دراسة المشروع السياحي ولا يمكن بدونها إجراء أي من الدراسات التالية التي سوف تتوقف جودتها بدرجة كبيرة على دقة وجودة الدراسة الفنية.

و يمكن تعريف دراسات الجدوى الفنية للمشروعات السياحية: "على أنها مجموعة الاختبارات والتقديرات والتصورات المتعلقة ببحث مدى إمكانية إقامة المشروعات السياحية من الناحية الفنية والهندسية، بحيث تنطوي هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات التي من خلالها يتم التأكد من جدوى وسلامة تنفيذ المشروع المقترح من الناحية الفنية من عدمه".¹

و بالإضافة للبحث في مدى إمكانية قيام المشروع من الناحية الفنية من عدمه، تهدف دراسات الجدوى الفنية للمشروع السياحي إلى تزويد القائمين على دراسات الجدوى بأساس محدد يساعد على تحديد و تحليل التكاليف الإستثمارية و تكاليف التشغيل للمشروع.

2-أهمية دراسة الجدوى الفنية:

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها مرتبطة بعدة مجالات تتعلق أساسا بالكفاءة الاقتصادية للمشروع إذ:²

- تساعد بيانات الدراسة الفنية في تقدير رأس المال المطلوب للمشروع .
- تساعد بيانات الدراسة الفنية في تحديد المواقع البديلة للمشروع .
- تحدد الدراسة الفنية الحجم الممكن للمشروع، والآثار المترتبة على ذلك .
- تمكن من تحديد الاحتياجات اللازمة لإنشاء و تشغيل المشروع و مصادر الحصول عليها.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 170

² محمد دياب، مرجع سبق ذكره، ص62

ثانياً- خصوصية تصنيف المنشآت السياحية و أهمية الدراسة الفنية:

حسب معجم المصطلحات السياحية و الفندقية يطلق مصطلح المنشآت السياحية على منشآت الإقامة (المنشآت الفندقية)، مشاريع الإستقبال السياحي، مكاتب المعلومات السياحية، و كلاء السفر و الشركات السياحية، مكاتب إيجار الخدمات السياحية، الأدلاء السياحيين و المترجمين، دور السينما و المسارح و الملاهي، و تختلف هذه الخدمات من بلد إلى آخر حسب مستوى تقدم البلد، و تعتبر بمثابة البنية الفوقية للسياحة.¹

من خلال التعريف السابق يتضح لنا المعنى الواسع لمفهوم المنشآت السياحية، و الناتج أساساً عن تشابك النشاط السياحي مع مجالات عديدة، فعلى سبيل المثال لا يمكن فصل مجال السياحة عن السفر نتيجة تلازم النشاطين، لكن تبقى المنشآت الفندقية هي المعيار الأساسي في تعريف المنشآت السياحية، فلا يمكن تصور نشاط سياحي بدون فنادق و ليس هناك سياحة بلا فنادق و لا فنادق بدون سياحة.

حيث تلعب الفنادق الدور الرئيسي في تنمية السياحة، فالسائح يقضي أكبر و أطول مدة في الفنادق من أي مكان آخر في البلد الذي يزوره و هو الإنطباع الأول و الأساسي له من حيث الغرفة و الأثاث و الوقت الذي سيقضيه في الغرفة بعد انطباعاته عن المطار أو النقل كونها مسائل عابرة، كما أن إنفاق السائح في الفندق قد يصل إلى 50% حتى 70% من حجم إنفاقه.²

و لأن المنشأة الفندقية تشمل أنواعاً مختلفة و تخضع لتصنيفات عدة، تتماشى بالأساس مع نوع الطلب السياحي و نوع السياحة الرائجة الذي تحدده بالتأكيد دراسة الجدوى التسويقية، فإن دراسة الجدوى الفنية لهذه المنشآت تصبح ذات أهمية خاصة، كون الخصائص الفنية المطلوبة في هذه المنشآت تختلف باختلاف نوعها و درجة تصنيفها و موقعها و فيما يلي شرح و جيز لتصنيف المنشآت الفندقية و أهمية الدراسة الفنية فيها:

1- تصنيف المنشآت الفندقية:

تعرف المنشأة الفندقية على أنها بناية أو مؤسسة تقدم فيها خدمة الإقامة و الطعام و الشراب و خدمات أخرى لعامة الناس لقاء أجر معين و تصنف المنشآت الفندقية على عدة اعتبارات منها:³

¹ زيد سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية و الفندقية، دار كنوز للمعرفة و النشر و التوزيع، ط1، عمان، 2006، ص110.

² حسين عطير و آخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار الراجحة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2002، ص22.

³ زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، دار الراجحة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2008، ص17، 18.

تصنيف الفنادق من حيث الموقع: و يشمل فنادق المدن، السواحل، الصحراء، فنادق المطارات و الموتيلات.

تصنيف الفنادق من حيث النجوم: و يشمل التصنيف من فندق سبع، ستة، خمس نجوم... إلى نجمة واحدة.

تصنيف الفنادق من حيث الخدمات: و تشمل الفنادق التجارية، بيوت الشباب، الفنادق العلاجية، الفنادق الرياضية، الفنادق المتحركة.

تصنيف الفنادق من حيث عدد الغرف (الطاقة الاستيعابية): فنادق كبيرة الحجم، متوسطة و صغيرة.

السلاسل الفندقية: و تضم عدة فنادق من شركة واحدة موزعة على مواقع و دول مختلفة تتميز غالبا بكونها راقية مثل سلسلة شيراتون و سلسلة هيلتون.

المدن و القرى السياحية: تعرف المدينة السياحية بأنها عبارة عن تجمعات سياحية، تحتوي على غرف و فنادق و شقق فندقية و مختلف المرافق السياحية الأخرى، و تهدف لتقديم أفضل الخدمات السياحية حسب رغبات السياح، أما القرية السياحية أو قرية العطل فهي قرية قائمة بذاتها لكن طاقتها الاستيعابية تكون أقل من المدينة السياحية، و تعتبر المدن و القرى السياحية ظاهرة حديثة نسبيًا و هي بمثابة منشآت سياحية كبرى ذات تكلفة إنشاء و تسيير عالية، و بالتالي مخاطرها الاستثمارية عالية كذلك.

2- أهمية دراسة الجدوى الفنية في ظل خصوصية تصنيف المنشآت السياحية:

تظهر أهمية الدراسات الفنية للمشروعات السياحية، باعتبارها الدراسة التي تهتم بالجوانب الهندسية والفنية للمشروع أو المنشأة السياحية، حيث أن هذه الدراسة و حتى يمكن الاستفادة من نتائجها يجب أن تراعي خصوصية تصنيف المنشأة المراد إقامتها بناء على الدراسة التسويقية و الطلب المتوقع، إذ:¹

- بناء على نوع المنشأة المراد إقامتها، تمكن دراسة الجدوى الفنية المستثمرين من وصف المشروع أو المنشأة السياحية وصفا دقيقا من الناحيتين الفنية والهندسية، وتحديد برنامج التنفيذ الخاص بها، فلا شك أن طبيعة المنشأة التي ستقام في منطقة ساحلية تختلف كلية عن تلك التي ستقام في منطقة صحراوية، كما يمكن هذا الأمر من تقدير العمر الافتراضي لهذا المشروع أو المنشأة.

- تستخدم بيانات دراسات الجدوى الفنية في تقدير رأس المال اللازم والمطلوب لإقامة المشروع أو المنشأة السياحية وذلك على اعتبار أن الجزء الأكبر من هذا المال يتم تخصيصه للتكاليف الاستثمارية، للأراضي

¹ أحمد محمد غنيم، دراسات جدوى المشروعات، مرجع سبق ذكره، ص 189، 190.

- والبنيات والمنشآت الأخرى التكميلية للمشروع السياحي. و لا شك أن هناك فرق كبير بين الدراسة المتعلقة بإنشاء فندق صغير عن تلك المتعلقة بإقامة قرية ساحلية.
- على أساس الدراسة الفنية يتم تقدير العديد من العناصر الأساسية كحجم المشروع السياحي وطاقته الاستيعابية، واختيار أفضل المواقع البديلة لإنشائه، و كذا ملحقاته، فلا يمكن إنشاء فندق كبير بكل لواحقه داخل المدن الآهلة حيث الوعاء العقاري محدود.
- تساعد دراسات الجدوى الفنية في تحديد واختيار التصميم والتخطيط الأمثل للمشروع، وتحديد التجهيزات والمعدات اللازمة له من مصادرها المختلفة، بالإضافة إلى تحديد أنواع المنتجات والخدمات التي يقدمها، فضلا عن تحديد الأسلوب الملائم والمراحل المثلى لتقديم منتجاته وخدماته. فإنشاء فندق للسياحة العلاجية يختلف كلية من حيث ما ذكرنا عن فندق للسياحة الشاطئية.
- و تكمن أهمية الدراسة الفنية كذلك في كون المنتج السياحي قابل للإحلال و المفاضلة حيث للسائح الحرية في تفضيل خدمة عن أخرى و إحلال منتج عن آخر كإحلال النزول في بيوت الشباب عنها في الفنادق و القرى السياحية.
- و تكمن أهمية الدراسة الفنية كذلك في صعوبة طرح منتج سياحي بديل خاصة لبعض المقومات و الموارد السياحية النادرة كالصحراء مثلا أو الحمامات المعدنية، بحيث تتطلب صنف خاص من المنشآت السياحية.¹

ثالثا- مكونات دراسة الجدوى الفنية للمشروعات السياحية:

- إن عدم دقة وكفاءة الدراسة الفنية يترتب عليه مشاكل ومخاطر مالية أو إنتاجية أو تسويقية، والتي تؤدي إلى فشل المشروع السياحي، ومن المسائل التي تعالجها دراسات الجدوى الفنية ما يأتي:²
1. اختيار المساحة المناسبة للمشروع السياحي: وذلك للوصول إلى الطاقة الاستيعابية الفيزيائية الملائمة PHYSICAL CAPACITY التي تتناسب مع الإمكانيات المتاحة الطبيعية أو المالية أو الفنية، مع الأخذ بعين الاعتبار الدور الرئيسي لموقع المشروع السياحي والعوائد المتوقعة منه.
 2. موقع المشروع السياحي: ويعتبر من المسائل المهمة التي تساعد في نجاح المشروع السياحي أو فشله، فبالدرجة الأولى يجب أن يكون ضمن إطار مناطق الجذب السياحي و ليس بعيد عنها، واختيار الموقع الملائم للمشروع السياحي يتأثر بمجموعة من العوامل منها:

¹ عبد السلام أبو فحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1992، ص 17.

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 249، 250.

● **تكلفة النقل:** تعتبر من العوامل الأساسية المحددة للموقع الأمثل، وهذا يعني أن قرب المشروع السياحي عن التجمعات البشرية ذات الكثافة السكانية العالية عامل مهم لتقليل كلف النقل للمجموع السياحية الوافدة مما يساعد على إمكانية نجاح عمل المشروع السياحي، حيث يكلف النقل حوالي 25% من التكاليف الكلية لتنفيذ الرحلة السياحية.

● **التشابك السياحي:** أي مدى العلاقات الترابطية بين المشروع السياحي المقترح والمشاريع السياحية القائمة، والتي من المحتمل أن يعتمد عليها المشروع الجديد في الحصول على مجاميع سياحية إضافية.

● **مدى توفر البنى التحتية:** إن توفر البنى التحتية في المنطقة المراد إقامة المشروع السياحي فيها والمتمثلة بشبكات الماء، الكهرباء، الهاتف، الصرف الصحي وغيرها هي من العوامل التي تشجع على إقامة المشروع السياحي من عدمه.

● **كلفة المباني والأراضي:** اللازمة لإقامة المشروع السياحي بحسب أسعارها ومساحتها.

3. اختيار درجة تصنيف المشروع السياحي ومستوى أسعار الخدمات والتسهيلات السياحية: فهناك عدة مستويات وأساليب للخدمات السياحية، وأن لكل أسلوب تكاليفه ومتطلباته التشغيلية الملائمة، وأن لكل خدمة طعام أسلوبها الإنتاجي الملائم (مثلا خدمة المطاعم على الطريقة الفرنسية، الروسية، الانكليزية، الأمريكية، نزل طريق، فندق مصنف، قرية سياحية... إلخ).

4. التصميم الأساسي للمشروع السياحي: ويعتمد على المساحة الكلية والمساحة اللازمة لتوزيع الخدمات والتسهيلات السياحية ونظام النطاقات السياحية التي يحتاجها المشروع. كما يجب أن يراعي الطابع السياحي المطلوب حسب خصوصية المقومات السياحية المستثمر فيها، ويراعى في تصميم المنشآت السياحية كذلك الجانب الجمالي بحيث ينبغي أن تكون المنشأة السياحية على درجة عالية من الذوق السليم في التصميم، وكذا الاهتمام بألوان طلائها بطريقة جذابة، مع مراعاة المساحات الخضراء و أماكن التوقف و فضاءات الترفيه بشكل يبعث على الراحة والاستمتاع، بشرط ألا تغطي هذه العوامل الجمالية على الاشتراطات الصحية والسلامة التي يجب أن تتوفر في المنشأة السياحية .

5. تقدير احتياجات المشروع من المواد الخام والمواد الأولية والتأثير: وهنا يتم تحديد كمية ونوعية وتكاليف المواد الأولية والتأثير والتي بدورها تؤثر في عملية اتخاذ القرار بتنفيذ المشروع السياحي.

6. تقدير احتياجات مراحل من القوى العاملة: حيث تختلف تلك الاحتياجات باختلاف مراحل إقامة المشروع، ويتم تقدير الاحتياجات الفعلية من القوى العاملة ومن مختلف الاختصاصات، ويمكن التوصل إلى ذلك من خلال ما يسمى بتوصيف العمل؛ أي تحديد مواصفات الوظيفة أولاً ثم يتم اختيار الشخص المناسب الذي تتوفر فيه المواصفات المطلوبة للوظيفة ، ويمكن التمييز بين مرحلتين هما:

مرحلة الإنشاء: ويحتاج المشروع فيها إلى عمالة من نوع خاص تتناسب مع طبيعة المرحلة التي تحتاج إلى مجموعة من الإداريين والفنيين الذين يتولون مهام الإشراف على تنفيذ وإنجاز المشروع.

مرحلة التشغيل: ويحتاج فيها المشروع إلى عمالة متخصصة تتوفر على خصوصيات العمل المناسبة معى هذه المرحلة من تموين وتمويل و إستقبال وتسويق وصيانة إلى غيرها من العمليات التخطيطية و التسييرية والتنفيذية و الرقابية للمنشأة السياحية.¹

إن تخطيط الموارد البشرية في صناعة السياحة يعتمد بشكل جوهري على التحليل والفعل التخطيطي، حيث يتم استخدام التحليل لجمع المعلومات عن الظروف المستقبلية والأحداث التي يمكن أن تؤثر على قدرة ومهارة وإدارة الموارد البشرية في صناعة السياحة، وعليه فإن هذه المعلومات تستخدم لتحديد حاجة المنظمات السياحية بالكم والنوع المطلوبين من الموارد البشرية لتحقيق أهدافها المستقبلية.

ويرى بعض الخبراء في هذه الصناعة بأن تحديد مفهوم الموارد البشرية بكونه العملية التي تستخدمها المؤسسات السياحية والفندقية لتحديد كم ونوع الموارد البشرية التي تحتاجها الآن، وفي المستقبل وفقاً لنوع الأعمال التي تمارسها والأحداث البيئية التي تؤثر على ذلك، وبما يحقق الحصول على قوة عمل فاعلة وكفؤة تسهم بشكل فعال في تحسين أداء المؤسسات السياحية التي هي بأمرس الحاجة إلى قدرات ومهارات فنية متخصصة قادرة على تأدية الأعمال بالشكل المطلوب.²

7. تحديد الفترة اللازمة لتنفيذ المشروع: حيث يعتبر هذا الأمر جد ضروري خاصة في التحكم في تكاليف المشروع و الوفاء بالتزامات الناتجة عن ذلك.³

المطلب الثالث: دراسة الجدوى القانونية للمشروعات السياحية

تعتبر دراسة الجدوى القانونية للمشروعات الاستثمارية من الجوانب الهامة والمحورية لدراسة الجدوى التفصيلية للمشروعات الاستثمارية، حيث تفضي إلى بحث الشكل القانوني للمشروع، أي محاولة الوصول إلى أفضل شكل قانوني يتلاءم وطبيعة المشروع وحجمه ونوع النشاط الذي سيمارسه وأخذاً في الاعتبار القوانين المنظمة لبعض أنواع المشروع في مجالات معينة.

¹ عقيل جاسم عبد الله، تقييم المشروعات - إطار نظري وتطبيقي، دار مجدلاوي، ط2، عمان، 1999، ص69، 70.

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 251

³ Henri-pierre Maders, *Conduire une équipe projet*, 2^{ème} Ed, Edition d'organisation, Paris, 2000.p :149.

لذلك فدراسات الجدوى القانونية للمشروعات السياحية تهتم أساسا بدراسة التشريعات التي لها علاقة مباشرة بالمشروع السياحي، والتي يمكن أن تؤثر بالإيجاب أو بالسلب على نشاطه، و عليه تتطلب هذه الدراسة:

أولاً- دراسة الإطار التشريعي المنظم لنشاط المشروعات الاستثمارية السياحية:

يتأثر النشاط الاقتصادي لأي دولة بالقوانين التي تنظمه، لذلك تظهر أهمية دراسة أحكام هذه القوانين قبل القيام بأي نشاط استثماري، كما أن لكل قطاع جملة من النصوص القانونية الخاصة به، تعمل على تنظيمه بنصوص خاصة، وعليه سنحاول من خلال ما سيأتي بيان أهم النصوص القانونية التي تحكم النشاط الاقتصادي بشكل عام ولها تأثير على القطاع السياحي، وتلك النصوص التي تنظم الأنشطة في قطاع السياحة بالجزائر:

1- النصوص القانونية الخاصة بتنظيم الأنشطة الاقتصادية:

في الجزائر نجد أن أهم النصوص القانونية التي لها علاقة بالنشاط الاقتصادي والنشاط الاستثماري بشكل عام تتمثل في:

قانون الاستثمار: وهو القانون الذي يحدد النظام المطبق على الاستثمارات الوطنية والأجنبية، ويضع الحوافز للمشروعات الاستثمارية سواء في مرحلة الانجاز أو الاستغلال والتي تنجز في إطار النشاطات الاقتصادية المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات، وهو منظم بالقانون 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار كما يحدد الجهات المختصة بالمسائل المتعلقة بإستراتيجية الاستثمارات وهي الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، ويحدد دورها في تسجيل ودعم الاستثمارات وترقية الفرص ودعم المستثمرين ومرافقتهم، والمساهمة في تسيير نفقات دعم الاستثمار وكذا تلك التي تختص باستقبال المستثمرين وإرشادهم وتسهيل تجسيد المشاريع الاستثمارية.¹

2- الإجراءات القانونية الخاصة بالحصول على العقار الموجه للاستثمار في المجال الفندقي و الواردة في القانون 03-03 المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية:

يتشكل العقار السياحي القابل للبناء طبقا للمادة 20 من القانون 03-03.² من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأملاك الوطنية العمومية والخاصة، وتلك

¹ قانون رقم 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، عدد46، صادرة في 3 أوت 2016. يلغي الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، باستثناء أحكام المواد 6 و 18 و 22 منه. كما يلغي أحكام المادة من القانون رقم 13-08 المؤرخ في 30 ديسمبر 2013 والمتضمن قانون المالية لسنة 2013.

² قانون رقم 03-03 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق ل 17-02-2003 يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية، جريدة رسمية العدد 44 المؤرخة في 19-02-2003.

التابعة للخواص. و يستنتج من خلال ما تضمنته هذه المادة أن العقار الموجه للاستثمار في المجال السياحي والفندقي في مناطق التوسع والمواقع السياحية يشترط:

-ارتباط إنجاز مشاريع المؤسسات الفندقية بإعداد وتحضير مخطط التهيئة السياحية الخاصة بمناطق التوسع السياحي الذي حددت كفاءات إعداد و تحضيره و وفق المرسوم 07-86: ¹

حيث يتم من خلال كل مخطط تحديد قدرات المنطقة من حيث جلب الاستثمار السياحي ومن حيث مجموع المنشآت السياحية التي يمكن إنجازها في تلك المناطق وعليه يعد مخطط التهيئة السياحية المرجع الأساسي لتحديد حجم الاستثمارات المنصبة على العقارات السياحية ولتبيان أهمية هذه المواقع يحدد المخطط أيضا جل المزايا الحموية و الإستجمامية التي تزخر بها هذه المناطق مع العلم أن هذه المعطيات تشجع أكثر لجلب رؤوس الأموال لإنشاء خاصة المؤسسات الفندقية المستقبلية للوفود السياحية.²

- تسيير العقار السياحي من طرف الوكالة الوطنية لتنمية السياحة التي تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي 98-70: ³

تعد الوكالة إحدى الهيآت الرئيسة المؤهلة للتسيير، التنمية، والاستغلال العقلاني وحماية العقار السياحي وبالتالي هي أداة أساسية لتجسيد السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية ومن بين أهم الصلاحيات التي تتمتع بها السهر على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها، اقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها وتقوم بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.⁴

يخضع العقار الموجه للاستثمار السياحي لعدة أحكام و امتيازات حددها التشريع والتنظيم، بما في ذلك كفاءات ممارسة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة لحق الشفاعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، وكذا كفاءات بيع الأراضي الواقعة داخل هذه المناطق ومنح حق الامتياز عليها، كما منحت قوانين المالية عدة امتيازات لتشجيع الاستثمار في المجال السياحي والفندقي.⁵

¹ المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق ل 11-03-2007، يحدد كفاءات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية ، جريدة رسمية رقم 17 المؤرخة في 14-03-2007.

² راجع المواد من 13 إلى 18 من القانون 03-03، المرجع السابق.

³ المرسوم التنفيذي رقم 98-70، المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق ل 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي جريدة رسمية العدد 11 المؤرخة في 01-مارس، 1998.

⁵ المادة 04 والمادة 05، المرجع السابق.

⁵ لمزيد من التفصيل أنظر: المرسوم التنفيذي 06-385، المؤرخ في 05 شوال 1427 الموافق ل 28 أكتوبر 2006، يحدد كفاءات ممارسة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة حق الشفاعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، جريدة الرسمية 70 المؤرخة في 05 نوفمبر 2006.

3- مراعاة الأحكام التقنية والإجرائية لبناء المؤسسات الفندقية:

تخضع قواعد بناء، تعديل، تهيئة، أو تهديم أي مؤسسة فندقية إلى مجموعة من الأحكام حددها القانون والتنظيم، بدءاً من شروط منح رخصة بناء المؤسسات الفندقية، ثم الأحكام التي يخضع لها بناء المؤسسات الفندقية الواردة في التشريع السياحي والفندقي:

- شروط الحصول على رخصة بناء المؤسسات الفندقية:

يخضع أي مشروع استثماري لبناء مؤسسة فندقية أولاً إلى ضرورة اختيار نوع من أنواع المؤسسات الفندقية التي حددها التنظيم، وقد عرفت المؤسسة الفندقية في إطار المرسوم التنفيذي رقم 158/19 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة¹: "بأنها كل مؤسسة ذات طابع تجاري تستقبل زبائن مارين أو مقيمين دون أن يتخذوها سكناً لهم، وتوفر لهم أساساً خدمات الإقامة مصحوبة بالخدمات المرتبطة بها" تضمن المرسوم التنفيذي 158/19 المؤسسات الفندقية التي يمكن بناؤها أو الاستثمار فيها، وتعددت من خلاله الهياكل الأساسية الموجهة للإيواء في المجال السياحي في الجزائر من خلال مؤسسات فندقية متنوعة وهي الفنادق، المركبات السياحية أو قرى العطل، شقق الفنادق أو الإقامات الفندقية، الموتيلات أو نزل الطريق، أو المخيمات السياحية.

يقتضي لبناء إحدى المؤسسات الفندقية المذكورة أعلاه الحصول على رخصة البناء، اشترط القانون 99-201² المتعلق بالفندقة قبل تسليم رخصة بناء أو تعديل أو تهيئة أو تهديم مؤسسة فندقية من طرف السلطات المعنية من كل شخص طبيعي أو معنوي الحصول على المصادقة على مخططات المشروع من طرف مصالح الوزارة المكلفة بالسياحة.

وقد أنشأت لدى الوزير المكلف بالسياحة لهذا الغرض لجنة مختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية بموجب المرسوم التنفيذي 131-2000³ الذي يحدد تشكيلة اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية وطريقة عملها، يعهد لها البث في تطابق مخططات البناء أو التعديل أو التهيئة أو الهدم للمشاريع الفندقية مع قواعد البناء والتهيئة والتعمير.

¹ مرسوم تنفيذي 19-158، المؤرخ في 24 شعبان 1440، الموافق لـ 30 أبريل 2019، يعرف الفندقية ويحدد شروط وكيفيات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرتها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 33 المؤرخة في 14 رمضان 1440 الموافق لـ 19 ماي 2019.

² قانون رقم 99-01، المؤرخ في 19 رمضان 1419 الموافق لـ 06 يناير 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندق، الجريدة الرسمية عدد 02، المؤرخة في 23 رمضان 1419 الموافق لـ 10 يناير 1999.

³ المرسوم التنفيذي رقم 131-2000، مؤرخ في 08 ربيع الأول 1421، الموافق لـ 11 يونيو 2000، يحدد تشكيلة اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية وطريقة عملها، الجريدة الرسمية عدد 35 المؤرخة في 18 جوان 2000.

وقد حدد المرسوم التنفيذي 06-325¹ المتعلق بقواعد بناء المؤسسات الفندقية في المادة 47 منه الشروط الواجب توافرها للموافقة على مخططات بناء المؤسسات الفندقية أو تهيئتها، إذ يجب أن يرفق كل مشروع بناء أو تهيئة مؤسسة فندقية بملف يتكون من مجموع المخططات التي تمثل فكرة المتعامل التي تسمح بإبراز اختياره المعماري، كما يجب أن يرفق المهندس المعماري والمهندس في الهندسة المدنية بمجموع الوثائق المكونة للملف طبقاً للقانون 90-29 المؤرخ في أول ديسمبر 1990 ويودعها في ثلاث نسخ أمام اللجنة المذكورة أعلاه، ويضم الملف المخططات التخطيطية، المخطط، تقدير تكاليف الأشغال، تقرير يعطي إيضاحات حول صنف المؤسسة وطبيعة استغلالها.

كما يخضع منح رخصة البناء داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية إلى الاستشارة المسبقة للإدارات المكلفة بالسياحة والثقافة وذلك وفقاً لما جاء به المرسوم التنفيذي 04-421² وتهدف استشارة كل من هاتين الهيئتين إلى المحافظة على الطابع السياحي للفضاءات التي تشكل مناطق التوسع والمواقع السياحية.

– الأحكام و القواعد الخاصة ببناء المؤسسات الفندقية:

حدد المرسوم التنفيذي 06-325 المذكور آنفاً بدقة قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها، ويقصد بعملية بناء مؤسسة فندقية كل عملية تشييد للمؤسسة، ويقصد بالتهيئة كل عملية إعادة بناء مؤسسة فندقية: أي "إعادة أجزاء مؤسسة فندقية إلى حالتها أو إصلاحها، تخص هيكل البناية والأشغال الثانوية"، وترميمها ويقصد بالترميم: كل عملية إصلاح مؤسسة فندقية وتجديدها بهدف إرجاعها إلى حالتها الأصلية، أو تجديدها ويقصد بالتجديد: كل عملية تجديد مؤسسة فندقية أو عصرنتها، أو إعادة الاعتبار إليها ويقصد بذلك كل عملية إعادة تهيئة مؤسسة فندقية بغرض تحسين شروط استعمالها أو سيرها.³

ولعل من مميزات هذا المرسوم التنفيذي اشتراطه للترخيص بإنجاز المشاريع السياحية، أولاً عدم إمكانية إقامة أي مؤسسة فندقية إلا وفقاً لمخطط التهيئة السياحية، إحترام الاقتصاد العمراني حال تواجدها داخل الأجزاء العمرانية للمدن، المحافظة على التوازن الطبيعي عندما تكون واقعة في المواقع الطبيعية أو

¹ المرسوم التنفيذي رقم 06-325، المؤرخ في 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2006، يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها، الجريدة الرسمية عدد 58، المؤرخة في 20 سبتمبر 2006.

² المرسوم التنفيذي رقم 04-421، مؤرخ في 08 ذي القعدة 1425، الموافق ل 20 ديسمبر 2004، يحدد كفايات الاستشارة المسبقة للإدارات المكلفة بالسياحة والثقافة في مجال منح رخصة البناء داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، الجريدة الرسمية عدد 83 المؤرخة في 26 ديسمبر 2004.

³ المواد 3-9 من المرسوم التنفيذي 06-325، مرجع سبق ذكره

الأثرية مع ضرورة المحافظة على المواقع الأثرية والثقافية، إقامتها أيضا تكون فوق التجزئات التي تحترم الحدود الملائمة مع إنعاش المستثمرات الفلاحية عندما تكون واقعة فوق أرض زراعية.¹

كما اشترط نفس المرسوم التنفيذي ربط منح رخصة انجاز المشاريع الفندقية عدم المساس بالصحة العمومية و أو الأمن العمومي من جراء موقعها أو حجمها أو استعمالها، كما يمنع بناء أو تهيئة أي مؤسسة فندقية واقعة فوق أرضية معرضة للخطر الطبيعي أو التكنولوجي، أو تتعرض لأضرار خطيرة ناتجة عن الضجيج، أو أن تكون لها عواقب ضارة بالبيئة، أو تكون تتعارض مع الأحكام الواردة في مخططات تهيئة الإقليم، ومخطط شغل الأراضي أو المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير، أو تخل بالمحافظة أو بتثمين موقع أو أثر تاريخي، كما يمكن رفض بناء أو تهيئة أي مؤسسة فندقية إذا لم يكن لها ممرات عمومية أو خاصة تستجيب لشروط التنقل بسهولة خاصة في حالة التدخل لمواجهة الأخطار كمكافحة الحريق.²

ضمانا لسلامة و أمن و راحة الزبون اشترط المرسوم التنفيذي 06-325 قواعد صارمة تتعلق بالبناء والأمن في مؤسسة فندقية، منها تطابق المساحات الدنيا للغرف والمطابخ والأماكن المشتركة حسب المعايير الذي يحددها المرسوم التنفيذي المتعلق بتصنيف المؤسسات الفندقية، مع احترام القواعد المضادة للزلازل عند البناء طبقا للتشريع المعمول به، واحترام قواعد البناء و منجزات البناء الحاملة، الهياكل وأعمال الفصل المنجزة بمختلف مواد البناء والتسقيف، وقواعد العزل الحراري، والتهوية الميكانيكية أو العادية، وقواعد ضمان الراحة الصوتية، مع ضمان الإضاءة الكافية لتسهيل عملة التنقل، مع احترام قواعد الأمن ضد أخطار الحرائق والفرع، كما يتعين على رئيس المؤسسة الفندقية احترام كل التدابير القانونية والتنظيمية في مجال حماية التراث العمومي وأمن الأشخاص.³

أضاف المرسوم التنفيذي قواعد التهيئة تناسب و راحة الزبون عند بناء المؤسسات الفندقية، منها بناء مدخل وهو يضمن استقبال مريح ولائق للزبون ، يجب أن تتوافر الغرف على تجهيزات منقولة صحية تستجيب لمتطلبات تطيف الجو والهدوء الكلي والأمن، كما تخصص غرف مجهزة للزبائن محدودي التنقل، ويجب أن تزود قاعات الاستجمام بكل الوسائل الضرورية لضمان امن الزبون، كما يتعين بناء مطابخ وتوفير قاعات الإطعام وقاعات الاجتماعات ومساحات توقيف السيارات تستجيب لمعايير التصنيف المحددة في إطار التنظيم.⁴

¹ المادة 13، المرجع السابق.

² المواد 20-30، المرجع نفسه.

³ المواد 21-30، المرجع نفسه.

⁴ المواد من 31-46 من المرسوم التنفيذي 06-325، مرجع سبق ذكره.

وعلى دراسة الجدوى القانونية أن تأخذ كل ما تعلق بالمنظومة القانونية بعين الإعتبار حتى تكون المشاريع الفندقية مطابقة للمعايير المطلوبة لضمان أمن وسلامة الزبون، وتحترم معايير تصنيف المؤسسات الفندقية التي حددها التنظيم حتى تتناسب نوعية الخدمة مع طبيعة المؤسسة.

ثانياً- تحليل و دراسة الآثار المختلفة لقوانين و تشريعات الاستثمار:

يعمل القائمون على دراسة الجدوى القانونية على تحديد الآثار المختلفة لقوانين و تشريعات الإستثمار بما فيها من حوافز و ضمانات أو قيود و أعباء تؤثر على المشروع إيجاباً أو سلباً، بحيث يتم تقديرها و بحث جدوى التعامل من خلالها:

1- حوافز الاستثمار: تساعد حوافز الاستثمار على زيادة الربحية المتوقعة للمشروعات الاستثمارية مهما كان نوعها، وبالتالي فمن البديهي أن يبحث فريق دراسة الجدوى القانونية لأي مشروع سياحي على جميع الحوافز التي تختص بالاستفادة منها المشروعات السياحية، ويتعين عليهم إدراجها في عملية تقييم جدوى تنفيذ المشروع المقترح و عموماً يمكننا تقسيم حوافز الاستثمار إلى نوعين: حوافز ضريبية وأخرى غير ضريبية.

أ- الحوافز الضريبية:

تعتبر الحوافز الضريبية من أهم الأدوات التي تتبعها الدول لتشجيع الاستثمارات والتأثير على سلوك المستثمرين بما يتفق مع أهداف الدولة ورؤيتها لمسار عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية،¹ وتعتبر هذه السياسات إحدى الطرق التدخلية للدولة، حيث تجعل من الضرائب بأنواعها أداة مؤثرة على تصرف الأعوان الاقتصاديين.² ويختلف تأثير وفاعلية الحوافز باختلاف حجمها وأنواعها حيث تتخذ سياسة التحفيز الضريبي عدة أشكال تؤثر من خلالها الدولة على قرار الاستثمار، إذ تهدف من وراء ذلك إلى جذب رؤوس الأموال المحلية والأجنبية لاستثمارها وتوطينها في الاقتصاد المحلي، عموماً يوجد عدة أنواع من التحفيز الضريبية، منها ما تعلق بالاستثمار، ومنها ما تعلق بالتشغيل.

¹ PATRICE Fontaine, **Gestion financière Internationale**, Dalloz, Paris, 1997, p 336.

² GEST Guy et autre, **Manuel de droit fiscal**, 4^{ème} édition, Edition LGDJ, Paris, 1986, P51.

* **التحفيزات الضريبية الخاصة بالاستثمار:** يأخذ التحفيز الضريبي المتعلق بالاستثمار عدة أشكال فقد يكون في شكل إعفاء من الضريبة سواء كان إعفاء كلياً أو جزئياً.¹ وتلجأ الدولة إلى هذا الشكل من التحفيز لاعتبارات اقتصادية، كتشجيع الاستثمار في قطاع السياحة لتحفيز المستثمرين على الدخول فيه أو توسيعه وتنميته، أو لاعتبارات اجتماعية محضة كلاجوء الدولة لبعض الإعفاءات لفائدة ذوي الاحتياجات الخاصة مثلاً وأصحاب المداخل المتدنية.² وقد يكون الإعفاء الضريبي دائماً أو مؤقتاً لفترة محددة.³ وقد يكون التحفيز تخفيضاً في معدل الضريبة في حد ذاتها أو تخفيضاً في الضريبة على الأرباح مقابل إعادة استثمار جزء منها، كما قد يتخذ شكل إجراءات ضريبية تقنية "المعدلات التمييزية للضريبة" من خلال تصميم جدول للأسعار الضريبية يحتوي على عدد من المعدلات ترتبط بنتائج محددة لعمليات المشروع.⁴ والتي تخص بعض العناصر المتأثرة بالضريبة، ويختلف شكل التحفيز حسب الهدف المراد تحقيقه.

* **التحفيزات الضريبية الخاصة بالتشغيل:** يعد توفير مناصب الشغل أحد أهم الدوافع والأسباب التي تجعل الدول تتنافس فيما بينها على تشجيع الإستثمار و جذب الاستثمارات الأجنبية لما لها من دور على الأقل في الحد من تفاقم البطالة،⁵ حيث تعمل هذه الدول على حث المستثمرين على تشغيل أكبر عدد ممكن من اليد العاملة فتلجأ إلى سياسة الحث الجبائي الخاص بالتشغيل من خلال تقديم إعفاءات جبائية من أجل إحداث مناصب شغل، فقد يكون هذا التخفيض عبارة عن اقتطاع مبلغ ثابت من الدخل الخاضع للضريبة، أو عن طريق إتباع سلم يتناسب طردياً مع عدد المناصب المستحدثة. كما قد يطال هذا التخفيض الضرائب والرسوم التي يتحملها المشروع جراء الأجور مما يؤدي إلى تخفيض العبء الضريبي، وبالتالي زيادة الطلب على اليد العاملة، كما قد تستفيد المشروعات التي تشغل أكبر عدد من اليد العاملة من تخفيض معدل الضرائب على الأرباح أو غيرها من الرسوم والضرائب، خاصة المتعلقة بالأجور وتلجأ الدولة إلى هاته السياسة بغية تخفيض العبء الضريبي عن المؤسسة من جهة والتخفيف من حدة البطالة من جهة أخرى.

¹ سعيد عبد العزيز عثمان، النظام الضريبي وأهداف المجتمع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 86.

² نصيرة بوعون بجاوي، الضرائب الوطنية والدولية، دار الصفحات الزرقاء، البويرة، الجزائر، 2010، ص 81.

³ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 83.

⁴ محمد طالي، أثر الحوافز الضريبية وسبل تفعيلها في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة الشلف، الجزائر، 2009، ص 318.

⁵ نزيه عبد المقصود، محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 137.

بالإضافة لما سبق هناك العديد من التحفيزات الضريبية كتلك المتعلقة بالإعفاءات من الرسوم الجمركية عن الأصول الثابتة المستوردة مما يسمح بتخفيض تكلفة الإنفاق الاستثماري التي يتحملها المشروع، والإعفاءات والتخفيضات في الرسم على القيمة المضافة.

ب- الحوافز غير الضريبية:

و تتمثل في حوافز الإستثمار المباشرة و غير المباشرة، حيث تتمثل الحوافز المباشرة في تقديم إعانات و مساعدات مالية للمشروع بهدف تشجيعه و استمراره سواء من خلال ميزانية الدولة أو بعض البنوك و الصناديق الخاصة، أما الحوافز غير المباشرة فتتمثل في توفير الحكومة للعقار ذلك أن الحصول على العقار السياحي يعتبر المحفز الأساسي للقيام بالاستثمار وأن عدم تمكن المستثمرين من الحصول عليه يمثل أكبر عائق لتجسيد مشاريعهم، بالإضافة للمرافق و الإنشاءات العامة التي يستفيد منها المشروع كالطرق و محطات الكهرباء و المياه و وسائل الإتصال الداخلية و الخارجية، و كذلك تزويد المستثمرين بالأراضي و البنية التحتية الأساسية بأقل من أسعارها الحقيقية، زيادة على منح المشروع امتيازات سواء من حيث المشتريات أو منحه مركزا احتكاريًا في السوق أو حمايته من المنافسة.

لذلك كان ولا بد على فريق دراسة الجدوى القانونية للمشروع السياحي أن يكون ملما بدراسة جميع الحوافز والضمانات التي تقدمها الدولة للمشروع السياحي المراد تنفيذه فيها، وجعلها كمدخلات لعملية التقييم النهائية، وذلك من أجل الوصول إلى قرار استثماري رشيد، خاصة وأن هذه الحوافز والضمانات من شأنها أن تقلل التكاليف مقارنة بالعوائد المتوقعة مما يجعل من الربحية المتوقعة من المشروع كبيرة جدا.

2- القيود على الإستثمار: تتمثل القيود و الأعباء التي تسببها قوانين و تشريعات الإستثمار في حظر الإستثمار في مجالات أو أنشطة محددة على المستثمرين الخواص أو الأجانب أو قصرها على القطاع العام خاصة في المجالات الإستراتيجية كالنقل الجوي و البحري، كما تقوم بعض الدول بوضع بعض القيود على نقل التكنولوجيا و تشغيل العمالة الأجنبية داخل البلاد، و قيود على التعامل بالنقد الأجنبي، بالإضافة إلى القيود التي تفرضها بعض الأجهزة الحكومية و المنظمات المهنية كالغرف الصناعية و التجارية على تشغيل العمالة و الأرباح المحددة و الجودة و معاييرها، و كذا بعض المنظمات العالمية في ما يخص حماية التراث العالمي و المواقع الأثرية و المحميات الطبيعية ذات التنوع الإيكولوجي الفريد. و كل هذه التشريعات و القوانين تؤثر على المشروع بزيادة تكاليفه و أعبائه، ما قد يؤدي إلى اتخاذ قرار بالإستثمار في دراسة الجدوى التفصيلية أو التخلي عن المشروع.

ثالثاً- اختيار الشكل القانوني الملائم للمشروع السياحي:

يعتبر اختيار الشكل القانوني الذي سيأخذه المشروع السياحي الجديد من الركائز الهامة لدراسة الجدوى القانونية بحيث ينبغي على القائم بهذه الدراسة أن يختار أفضل شكل قانوني يتلاءم مع طبيعة المشروع و حجمه و نوع نشاطه، مع الأخذ في الحسبان القوانين المنظمة للمشروعات السياحية في مختلف المجالات، سواءا كان مشروعاً فردياً أو على شكل شركة أشخاص مثل شركة التضامن أو المحاصة أو التوصية، أو على شكل شركة أموال مثل شركة المساهمة و الشركة ذات المسؤولية الوحيدة.

ففي الكثير من الحالات نجد أن صاحب أو أصحاب المشروع يحتفظون بحق السيطرة على إدارة المشروع، لذلك تجدهم يختارون النمط الأنسب لذلك وهو إما شركة من شركات الأشخاص أو شركة ذات مسؤولية محدودة، أما إذا كان أصحاب المشروع ليس لديهم رغبة في الاضطلاع بإدارته أو كان عددهم كبيراً بحيث يصعب عليهم المشاركة جميعاً في إدارته فإنهم بذلك يتبنون البديل المناسب للمشروع وهو شركة المساهمة خصوصاً إذا ما اقترن هذا بضخامة رأس مال المشروع.

كما أن حجم نشاط أي مشروع سياحي يتناسب طردياً مع احتياجاته التمويلية ، وعليه فالمشروعات السياحية ذات التنوع والتعدد في الأنشطة تنسجم أكثر مع شركات المساهمة باعتبارها الأكثر قدرة على حشد الموارد المالية، وبالعكس فإن شركات التضامن والتوصية وذات المسؤولية المحدودة تكون أنسب للمشروعات التي تتميز بالحجم المتوسط للنشاط، لأن احتياجاتها التمويلية قليلة .

مع الإنتباه إلى أنه في بعض الحالات يفرض نوع وطبيعة النشاط الذي يمارسه المشروع السياحي شكلاً معيناً من الأشكال القانونية للمشروعات، ويتحدد ذلك بشكل خاص في حالة وجود نصوص قانونية تشترط ضرورة أن يتخذ المشروع الذي يمارس نشاطاً محدداً شكلاً معيناً من الأشكال القانونية المعروفة.

كما ينبغي على فريق دراسة الجدوى القانونية أن يأخذ بعين الاعتبار عند بحثه في الشكل القانوني المناسب للمشروع مجمل القوانين التي لها علاقة بنشاط المشروع خاصة ما تعلق منها بالمزايا الضريبية التي تستفيد منها بعض الأشكال القانونية للشركات، وذلك حتى يكون الاختيار أمثلاً، بحيث يترتب عليه أقل قدر من القيود والالتزامات ويحقق أكبر قدر من المزايا.

إضافة إلى وجود بعض المحددات تتعلق بمدى مساهمة الحكومة في رأس المال المستثمر، بحيث تحدد مساهمة كل منهما وفقاً لنصوص قانونية محددة، وفي هذا النوع المختلط من المشروعات يأخذ شكل المشروع شركة المساهمة دون أي شكل آخر وذلك بسبب مساهمات الدولة أو أحد هيئاتها.¹

¹ حمدي عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص52

المطلب الرابع: دراسة الجدوى التمويلية للمشروعات السياحية

تستند دراسة الجدوى التمويلية للمشروعات السياحية، على بيانات ومعلومات المرحلة الأخيرة من دراسة الجدوى الفنية. أي بعد تحديد التكاليف الاستثمارية للمشروع وشكله. يتم اقتراح الهيكل المالي المناسب للمشروع، على ضوء مصادر التمويل المتاحة ثم تقدير تكلفة أموال هذا الهيكل:

أولاً: مصادر التمويل المتاحة للمشروعات السياحية:

إن تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية، يستلزم تحديد الموارد المالية المتاحة، التي بموجبها يتم توفير السلع والخدمات اللازمة، لبناء الطاقات الإنتاجية أي تحديد أسلوب التمويل المناسب للمشروع المدروس، وهناك عدة تصنيفات لمصادر التمويل تبعاً لعدة معايير، فمن حيث علاقة المصدر بالمشروع نجد مصادر تمويل داخلية (ذاتية) يتم الحصول عليها من داخل المشروع والمتمثلة في أموال الملكية، ومصادر تمويل خارجية يتم الحصول عليها من خارج المشروع ممثلة في القروض بأنواعها المختلفة، والتسهيلات الائتمانية والتمويل بالاستئجار؛ بينما نجد المعيار الزمني يقسم مصادر التمويل تبعاً لآجالها إلى مصادر قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل:

1- مصادر التمويل قصير الأجل: وهي تلك الأموال التي تكون متاحة للمستثمر أو المشروع السياحي لتمويل عملياته التشغيلية، وتمثل التزاماً قصير الأجل يتعين الوفاء به خلال فترة زمنية لا تزيد عن سنة. و تتميز في هذا الصدد بين ثلاث أنواع من التمويلات وهي:

أ- الائتمان المصرفي: يتمثل الائتمان المصرفي في القروض والتسهيلات الائتمانية التي تمنحها البنوك التجارية للمشروعات السياحية، بحيث يتوجب على هذا الأخيرة سداًه خلال فترة زمنية لا تزيد عن سنة، ويترتب على حصول المشروع على هذا الائتمان، توفر موارد نقدية إضافية تستخدمها في شراء احتياجاتها الضرورية سواء من مستلزمات الإنتاج، أو بعض الأصول، والقاعدة العامة هي أن تستخدم القروض قصيرة الأجل في تمويل الأصول المتداولة بحيث يجب أن يستبعد استخدامها في تمويل الأصول الثابتة، إلا في حالات معينة خاصة في المشروعات الصغيرة¹

ب- الائتمان التجاري: هو نوع من التمويل قصير الأجل تحصل عليه المشروعات السياحية من الموردين للسلع و المواد، ويتمثل في قيمة المشتريات الآجلة من السلع والمواد التي تتاجر فيها المشروعات أو تستخدمها في أنشطتها المختلفة.²

¹ سعيد عبد العزيز عثمان، دراسة جدوى المشروعات، مرجع سبق ذكره، ص 140.

² منير إبراهيم هندي، الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1998، ص 07.

و من ميزاته أنه يكون متاحاً بقدر الاحتياج في الوقت المناسب ودون إجراءات أو تعهدات رسمية. و لهذا تعتمد أغلب المشروعات على هذا المصدر في التمويل بدرجة أكبر من اعتمادها على الائتمان المصرفي وغيره من المصادر الأخرى قصيرة الأجل.

ج- المستحقات: و هي الالتزامات المترتبة على المشروع خلال الأجل القصير ولكنه لم يتم بسداد تكلفتها، وهي تمثل نسبة كبيرة من إجمالي مصادر التمويل قصير الأجل التي تلجأ إليه المشروعات، حيث تعتبر الأموال التي يتم الحصول عليها من هذا المصدر أموالاً مجانية ليس لها تكلفة¹، وفي الغالب تتمثل هذه المستحقات في مبالغ الضرائب المستحقة لمصلحة الضرائب، أجور العاملين بالمشروع، اقتطاعات الضمان الاجتماعي...إلخ.

2- مصادر التمويل متوسط الأجل: و هي الأموال التي يحصل عليها المشروع من مختلف المتعاملين الاقتصاديين (بنوك، شركات تأمين، بعض الهيئات العامة، شركات تأجير...)، سواء كانت هذه الأموال في صورة نقدية أو عينية، وعادة ما تتراوح مدة استحقاق التمويلات متوسطة الأجل بين سنتين إلى سبع سنوات، وقد تصل إلى عشر سنوات، و يمكن إيجازها فيما يلي:

أ- قروض المدة: و تعرف كذلك بالقروض المباشرة متوسطة الأجل، وتخضع عملية الاقتراض إلى شروط الاتفاق بين المشروع والمقرض الذي يكون عادة عبارة عن بنك تجاري أو بنك متخصص، حيث يتم الاتفاق على الشروط المتعلقة بسعر الفائدة وتاريخ الاستحقاق وطريقة السداد، وما يميز هذا النوع من القروض هو أجل استحقاقه المتوسط الذي يتراوح بين 2 و 7 سنوات، بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الفائدة عليه مقارنة بالقروض قصيرة الأجل.

2) قروض تمويل المعدات: عند حاجة المشروع السياحي لشراء معدات أو تجهيزات متعلقة بالأنشطة السياحية، يمكن تمويل ذلك بضمان تلك المعدات أو التجهيزات؛ ويطلق على هذا الأسلوب من التمويل بقروض تمويل التجهيزات، ومصادر هذا التمويل تتركز في البنوك التجارية، الوكلاء المتخصصون في بيع هذه التجهيزات...إلخ².

3) التمويل عن طريق الاستئجار:

تشير عملية الاستئجار Leasing إلى اتفاق بين المشروع طالب التمويل والمؤسسة الممولة، مفاد الاتفاق أن يقوم المشروع (المستأجر) باستخدام أحد الأصول المملوكة للمؤسسة الأخرى وذلك لمدة سنة أو أكثر في مقابل التزامه بدفع مبلغ معين يسمى بثمان الإيجار.

¹ - محمد صالح الحناوي ونهال فريد مصطفى، الإدارة المالية التحليل المالي لمشروعات الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 275.

² - سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 76.

ويتخذ هذا المصدر التمويلي أشكالاً عديدة من أهمها الاستئجار التشغيلي، والاستئجار التمويلي، الاستئجار المقرون برافعة التمويل.

3- مصادر التمويل طويل الأجل: يقصد بالأموال طويلة الأجل كمصدر تمويلي تلك الأموال التي تكون متاحة للمشروع السياحي لتمويل الفرص الاستثمارية، وتعتبر الأموال طويلة الأجل جزءاً مكملًا للهيكال التمويلي المحتمل للفرص الاستثمارية محل الدراسة، وتقسم مصادر التمويل طويلة الأجل إلى العديد من الأشكال كالأسهم العادية والأسهم الممتازة والأرباح المحتجزة، وهي التي يطلق عليها اسم حقوق الملكية نظراً لكونها ملكاً للمساهمين، وأموال يحصل عليها المشروع من الغير مثل القروض طويلة الأجل والسندات:

أ- أموال الملكية: تمثل أموال الملكية المصدر الأول للتمويل بالنسبة للمشروعات السياحية الجديدة، كما تمثل القاعدة التي يستند إليها الاقتراض بالنسبة للمشروعات القائمة. وتحصل المشروعات على أموال الملكية عادة من المصادر التالية:

* **الأسهم العادية:** تعتمد شركات المساهمة بشكل كبير على الأسهم العادية كمصدر طويل الأجل لتمويل رأس المال وخاصة في مرحلة تأسيسها حيث تطرح هذه الأسهم لبيعها للجمهور (الاكتتاب العام) بسعر الإصدار، كما يجوز أن تطرح جزءاً من الأسهم لبيعها في السوق وتسمى في هذه الحالة بالأسهم المباعة أو الأسهم المصدرة وتستبقى الجزء الآخر لفترة إلا أنها تصبح بعد بيعها أسهم مصدرة، أما إجمالي عدد الأسهم المصدرة والمباعة فتشكل ما يسمى برأس المال المصرح به¹.

* **الأسهم الممتازة:** يطلق على الأسهم الممتازة اسم الأوراق المالية الهجينة أو المهجنة "Hybride"، وهذا راجع لكونها تجمع في خصائصها بين الأسهم العادية والسندات، إذ يمثل السهم الممتاز في أحد جوانبه حصة في ملكية إحدى الشركات كأداة ملكية²، ومن جانب آخر يمثل أداة مديونية كونه يحصل على عائد دوري ثابت.

* **الأرباح المحتجزة:** يعتبر التمويل من الأرباح غير الموزعة مصدراً ذاتياً ذا أهمية كبيرة خاصة في الشركات الناجحة، إذا ما اتبعت سياسة حكيمة في التوزيع توازن بين عائدات مناسبة لأصحاب المشروع، وفي نفس الوقت، توافر موارد ذاتية للشركة تساعد على النمو والتطور وتحسين وضعها المالي، وتزيد من قدرتها على الاقتراض إذا ما احتاجت لذلك. هذا وتعتبر الأرباح المحتفظ بها استثماراً إضافياً إجبارياً من المساهمين يساعد في تحقيق المؤسسة لأهدافها وتحسين موقفها المالي.

¹ - علي عباس، الإدارة المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 276.

² - محمد طنبب، محمد عبيدات، الإدارة المالية، دار المستقبل، عمان، 2008، ص 164.

ويعزز أهمية هذا العنصر كمصدر لتمويل القيود القانونية المفروضة على الشركات، إذ أنها تحد من قيامها بالتوسع في توزيع الأرباح وتجبرها على تكوين الاحتياطات المختلفة.

وإذا نجحت المؤسسة وحققت أرباحاً تقوم عادة بتوزيع جزء من الأرباح المحققة والاحتفاظ بالجزء الآخر ليكون مصدراً لتمويل نمو المؤسسة، وفي المؤسسات الناجحة يكون هذا المصدر على مدى السنوات أهم من رأس المال المقدم من المساهمين.

ب- أموال الاقتراض: يمكن التمييز بين نوعين من أنواع التمويل طويل الأجل الذي يعتمد على الاقتراض، هما: التمويل عن طريق القروض طويل الأجل، والتمويل عن طريق إصدار السندات.

* **القروض طويلة الأجل:** يمكن للمشروع الحصول على قروض طويلة الأمد من المؤسسات المالية كالبنوك وشركات التأمين أو من أي جهة خارجية، حيث تمثل القروض وسيلة تمويلية تتم عن طريق التفاوض بين المقرض والمقترض حول شروط محددة تتعلق غالباً بقيمة القرض، معدل الفائدة، تاريخ الاستحقاق، الرهونات والضمانات المرتبطة بالقرض، الجدول الزمني لسداد أعباء القرض، ووجه الاستخدام التي سيخصص لها القرض.

و غالباً ما توجه القروض طويلة الأجل لتمويل الاستثمارات في العقارات مثل: الأراضي، المباني،... إلخ، وهي بذلك تفوق مدة استحقاقها في الغالب 07 سنوات، ويمكن أن تمتد إلى 20 سنة¹.

و السبب الرئيسي للاقتراض طويل الأجل هو تأمين المشروع السياحي للتمويل اللازم له. بدل زيادة رأس المال، حيث تلجأ المشروعات إلى هذا الاقتراض للأسباب التالية²:

- عدم إمكانية طرح أسهم جديدة أو التمويل عن طريق الأرباح المحتجزة.
- ضعف الطلب في السوق المالي واحتمالات عدم تغطية الإصدار.
- عدم تأثير الاقتراض في السيطرة الحالية على إدارة المشروع.
- يقارب هذا النوع من طبيعته رأس المال إلى حد ما، لذا يمكن استعماله لتمويل الأصول الثابتة.
- يوفر للمشروع مرونة الاقتراض قصير الأجل، كما قد يشكل مصدراً للوفاء بالقروض قصيرة الأجل.
- كونه أقل كلفة من إصدار الأسهم.

هذا و غالباً ما يكون السبب الأخير هو الأهم في اللجوء إلى الاقتراض، وذلك لأن كلفة الاقتراض تخفض من الربح الخاضع للضريبة، الأمر الذي يخفض الكلفة بنسبة تعادل نسبة الضريبة، ويضاف إلى ذلك كون كلفة الأسهم كلفة دائمة بسبب ما يدفع لها من أرباح.

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص75.

² مفلح محمد عقل، مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 119، 120.

* **السندات:** يمكن تمويل استثمارات المشروع جزئياً من خلال إصدار سندات، حيث تمثل السندات بشكل عام أموال مقترضة تستخدمها المشروعات في تمويل استثماراتها طويلة الأجل. فالسند أداة مديونية طويلة الأجل في شكل ورقة مالية، يُعطى المكتتب فيه الحق في الحصول على فوائد دورية على شكل قسائم يظهر معدلها في عقد الإصدار وتظل ثابتة طيلة أجل القرض، وكما أن للسند قيمة اسمية، له أيضاً قيمة سوقية، قد تزيد أو تقل عن القيمة الاسمية¹. و لحامل السند حق الدائنية على المشروع المصدر للسند في حالة إفلاسه، إذ يمكنه من متابعته قضائياً للحصول على حقوقه المتمثلة في أصل القرض (قيمة السند) والفوائد المترتبة عليه².

من خلال ما سبق يمكن القول أن لكل مصدر من مصادر تمويل الفرص الاستثمارية المتاحة أمام المشروعات الاقتصادية جملة من الخصائص والمميزات تميزه عن بقية المصادر الأخرى، الشيء الذي يتطلب من القائمين بدراسات الجدوى المالية أو القائمين على الإدارة المالية للمشروع اتخاذ القرار التمويلي المناسب الذي يراعي تكلفة التمويل و تعظيم قيمة المشروع.

ثانياً: تقدير تكلفة رأس المال:

و المقصود بها تكلفة الأموال التي يحصل عليها المشروع من المصادر المختلفة (الداخلية و الخارجية)، و التي يستخدمها لتمويل مشروعه، فلكل مصدر تمويلي تكلفته، يتطلب أن يحقق معدل مردودية لقبول أي مشروع استثماري. وفي هذا الشأن نوضح أغلبية تكاليف رأس المال كما يلي:³

1- تكلفة الأموال المقترضة:

تعرف تكلفة الاقتراض بأنها الحد الأدنى من معدل العائد الذي يجب تحقيقه على الاستثمارات الممولة بواسطة الاقتراض حتى يمكن الاحتفاظ بالإيرادات المتوافرة لحملة الأسهم بدون تغيير. فأغلبية المؤسسات تلجأ إلى عملية الاقتراض، كون الاعتماد على أموالها الخاصة لا يكفي، فلا يكون الاقتراض ناجحاً في المشروعات الاستثمارية إلا إذا كان معدل المردودية أكبر أو مساوياً على الأقل لمعدل الاقتراض الذي تعتبره تكلفة الأموال المقترضة. وعلى هذا الأساس ينبغي معرفة تكلفة الأموال المقترضة قبل أن تتخذ قرار التمويل.

¹ عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص، أساسيات الاستثمار و التمويل، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2001، ص 502 .

² Georges DEPALLENS et Jean-Pierre JOBARD, *Gestion financière de l'entreprise*, 10^{ème} édition, Sirey, Paris, 1990, P720.

³ مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 149.

2- تكلفة الأموال الخاصة:

تعتبر تكلفة الأموال الخاصة معدل المردودية الأدنى لتوظيف مالي بأموال خاصة، حيث تسعى إدارة المشروعات إلى أن يكون رأس المال منخفضا للدخول في استثمارات رابحة وبالتالي فهي مقياس للانتقاء بين مختلف المشاريع الاستثمارية الممولة بواسطة أموال خاصة تبعا لمعدل مردودية مرجعي. وهناك صعوبات تلاقي القائمين على تقدير تكلفة الأموال الخاصة، نذكر منها عدم معرفة المدخيل المستقبلية المنتظرة، وعدم معرفة الوقت الذي سيتخلى فيه حاملي الأسهم عن أسهمهم، والتغيرات الحاصلة في البورصة من انخفاض وارتفاع في أسعار هذه الأسهم.

3- ترجيح تكلفة رأس المال:

بالاعتماد على حساب تكلفة رأس المال، لمختلف مصادر التمويل، يتم ترجيح هذه التكاليف لتكون بذلك تكلفة إجمالية متوسطة للتمويل. ومن ثم تمكن من اتخاذ قرار الاستثمار اللازم بعد حساب مردوديته. وهذا من أجل التوفيق بين قرار التمويل وقرار الاستثمار. في حين يسمح للمشروع الاستثماري من مواجهة خطر وظروف عدم التأكد في المستقبل، كحالات التضخم والتذبذبات الحاصلة في السوق المالي.

تؤثر تكلفة التمويل على كافة الحسابات المالية والاقتصادية للمشروع وقدرته على المنافسة والنمو والاستمرار، وتؤثر أيضا تكلفة التمويل على القرار النهائي بقبول الاستثمار من عدمه، باعتباره مؤشر مرجعي لقياس ومقارنة ربحية المشروع والتي يتعين أن تتجاوز في حدودها الدنيا تكلفة التمويل¹.

ثالثا: أثر الرافعة والهيكلية المالية للمشروع:

يقصد بالرفع المالي مدى نسبة التكاليف الثابتة كقوائد الديون إلى التكاليف الكلية. ويمكن استخدام عدة نسب كمؤشرات لدرجة الرفع المالي، أهمها نسبة الاقتراض إلى حقوق الملكية. ويفضل المقترضون أن تكون هذه النسبة مقبولة، وذلك لأن ارتفاعها قد يؤدي إلى مخاطر عدم دفع أموالهم عند تصفية الشركة، في حالة تحقيق خسائر جسيمة.

وبالتالي فإن أثر الرافعة يعتبر كآلية تجعل المديونية تؤثر على مردودية الأموال الخاصة المستثمرة وذلك عندما تكون المردودية عمليا أكبر من تكلفة الأموال المقترضة التي تمولها.

وخلاصة القول، فإن أثر الرافعة يكون في حالة اللجوء إلى الاقتراض لتمويل الاستثمار، وهو ما يوفر للمساهمين مردودية أعلى من التي يحصلون عليها إذا تم تمويله بواسطة الأموال الخاصة، فاللجوء إلى الاقتراض في هذه الحالة، يسمح برفع مردودية الأموال الخاصة.

¹ أوبس عطوة الزنط، أسس تقييم المشروعات، المكتبة الأكاديمية، الجزء الثاني، 1992، ص 258.

رابعاً: التقرير النهائي لدراسة الجدوى التمويلية للمشروع.

يخضع التحليل المالي للمشروعات الاستثمارية، إلى إعداد القوائم المالية لحساب بعض المعايير للربحية التجارية و التي تمكن من التحديد التقريبي للاحتياجات المالية. وعلى أساس تقديرات السوق والتكلفة الفنية، يتم إعداد القوائم المالية التقديرية، وفي حالة الاحتياج إلى معلومات إضافية تساعد في دراسة الجدوى التمويلية للمشروعات، يمكن الاستعانة بإعداد ما يسمى " بتحليل الحساسية "، للتعرف على العناصر التي لها أكبر الأثر على الربحية. إن التقييم المالي للمشروعات، يختلف في تفاصيله طبقاً للجهة القائمة بعملية التقييم، كصاحب المشروع، أو الجهة الحكومية التي تصدر الترخيص بالمشروع، أو البنك القائم بتمويل هذا المشروع، أو مؤسسة تمويلية إقليمية أو دولية، وعلى القائم بالدراسة التمويلية للمشروع، أن يختار الطريقة المثلى لتمويل المشروع والتي تمكن من إعطاء نتائج إيجابية من المردودية قبل الانطلاق في دراسة الجدوى الاقتصادية.

المبحث الثالث: جوانب مهمة في إعداد دراسات جدوى المشروعات السياحية

تتضمن دراسات الجدوى التفصيلية جملة من المكونات المتكاملة تهدف إلى وضع صورة شاملة للمشروع السياحي، أو مجموعة البدائل التي تخضع للدراسة، حيث أصبح الأثر البيئي لمشاريع الإستثمار السياحي عاملاً حاسماً في تنفيذ المشاريع من عدمه، و كذلك تدخل الدولة و تشجيعها أو توجيهها للإستثمار السياحي من عدمه:

المطلب الأول: ضرورة أخذ التأثيرات البيئية بعين الاعتبار

أمام الوعي والقلق المتزايدين إزاء المشاكل البيئية والعواقب الإيكولوجية، أصبح البعد البيئي حالياً من أهم المعايير الحاسمة في قرار تنفيذ المشروع الاستثماري، فلم تعد المعطيات والمعلومات البيئية معياراً للاختيار فقط، بل هي التي تتحكم في معايير الاختيار الأخرى المستعملة في المفاضلة بين البدائل عند صنع القرار.

أولاً- أهمية الدراسة البيئية للمشروعات السياحية:

الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو كون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة وتحسينها، فالجاذبيات السياحية هي من مكونات البيئة في المنطقة، ولكن التنمية السياحية التي يتم التخطيط لها قد تشكل أحياناً مجالاً لحدوث بعض القضايا المؤثرة سلباً على عناصر البيئة الطبيعية من

خلال الإستخدامات العشوائية للأرض، أو نظم تصريف المخلفات أو تصرفات السياح... الخ،¹ أما إذا تم التخطيط السليم والجيد للتنمية السياحية وطبقت قواعد الاستثمار الأمثل، فإن العديد من النتائج الإيجابية يمكن تحقيقها وأبرزها:

● تساعد السياحة الحفاظ على الموارد الطبيعية وعلى البيئة الصالحة للحياة البرية والبحرية باعتبارها مشوقات مطلوبة من السياح. فقد استطاعت المحميات الطبيعية إنقاذ العديد من أصناف الحيوانات النادرة والغابات في إفريقيا وفي بعض الدول العربية، حيث استطاعت المحميات الطبيعية إنقاذ البيئة البحرية من التلوث وتم تحويل مناطق كثيرة في الأردن ولبنان وسورية ومصر إلى منتجعات سياحية مزروعة ذات مناظر خلابة.

● تساعد على تحسين نوعية ومستويات البيئة، لأن النظافة ونقاء البيئة والبنية التحتية الجيدة من أهم شروط البيئة السياحية.

● تنشر الوعي البيئي لدى السكان المحليين عندما يتأكد لهم حرص السياح على البيئة واهتمامهم بها وتمسكهم بالسلوك الصحيح اتجاه التعليمات البيئية.

ولكن قد تكون السياحة نقمة على البيئة، حيث هناك أمثلة كثيرة تدل على ذلك فمن الممكن أن تكون التأثيرات السلبية للسياحة على البيئة نابعة ونتيجة "من السائح نفسه" مثل قطع الأشجار واستخدامها في إشعار النيران للاستفادة منها في الشواء أو من خلال جمع المرجان الذي قد يؤدي المتاجرة به من قبل المغامرين والسياح إلى تلوث البيئة البحرية، وكذلك قد يؤدي الاستخدام الغير عقلاني إلى ضغوط السياح وزيادة الطاقة الاستيعابية في بعض مناطق التزلج على الجليد إلى انهيار الجبال الثلجية. وقد يعود سبب تدمير البيئة أيضا إلى بناء الطرق والجسور والمقاهي والفنادق، وغير ذلك من البنى التحتية. ونتيجة لهذه الآثار السلبية للسياحة على عناصر البيئة المختلفة قامت منظمة السياحة العالمية (WTO) بإصدار القوانين التي تعمل على تنامي أخلاقية السياحة كمهنة وصناعة، وقد وضعت عدة أنظمة و إستراتيجيات للتقليل من التأثيرات السلبية لصناعة السياحة، وذلك من خلال إصدار ميثاق تتعهد فيه صناعة السياحة باحترام البيئة، وقد وضعت عدد من الآليات منها:²

- حماية البيئة ودعمها مادياً، معنوياً، إعلامياً.
- تأهيل العاملين بالسياحة وتدريبهم لجعلهم قادرين على احترام الرسالة السياحية.
- احترام رغبات المجتمعات والأفراد بالتخطيط السليم لمناطق الجذب السياحي.

¹ خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص18، 19.

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص254

● عقد المؤتمرات التي توضح دور السياحة في الحفاظ على البيئة وتقاليد الشعوب والعمل على تلاقي الحضارات والثقافات المختلفة.

وتهدف الدراسة البيئة كذلك إلى وضع المؤشرات البيئة الخاصة بالموقع ودعم النوعية والجودة للمنتج السياحي وفق متطلبات الأسواق السياحية، وتضمينها في عملية التخطيط والتنفيذ والإدارة، بهذا يتم الإقلال من التأثيرات السلبية المحتملة للسياحة، على أن تتم المراقبة المستمرة والمعالجة الفورية للمشاكل التي تنشأ والتأكد من المحافظة على مستويات الاستثمار للسياحة. فهناك علاقة وثيقة بين السياحة والبيئة، فالمؤشرات البيئية يجب أن تراعى وتطبق بدقة في جميع مجالات الاستثمار للسياحة وخاصة النقل ونظم المرافق العامة واستخدامات الأرض وتخطيط المواقع بشكل مناسب، وتطبيق معايير التصميم والبناء بدقة وتحديد الطاقة الاستيعابية واستخدامات السياح للموارد.¹

ثانياً: التأثيرات السلبية للتنمية السياحية:

عندما لا يتم تخطيط السياحة أو لا تدار بشكل مناسب في المنطقة أو تترك السياحة للتطور العشوائي، فإن عدة تأثيرات سلبية يمكن أن تحدث وأبرزها:²

- تلوث الماء بسبب عدم تطبيق نظم معالجة الفضلات والصرف الصحي للفنادق والقرى السياحية، ويشمل ذلك مياه الأنهار والبحر والبحيرات والمياه الجوفية وبالتالي مياه الشرب والري.
- تلوث الهواء الناتج عن عوادم الآليات والطائرات التي لا تطبق المعايير البيئية.
- تلوث الصوت والضجيج الناجم عن أنشطة السياح وآلياتهم.
- زحام السير وكثافة المرور في المواقع السياحية وعدم تحديد الطاقة الاستيعابية لها.
- تلوث المعالم الطبيعية بسبب عدة عوامل منها: التصميم الغير ملائم للأبنية والتسهيلات السياحية مع بيئة المنطقة التي تتواجد فيها أو أن الأمكنة غير ملائمة لتلك المنشآت السياحية (استخدام للأرض غير مدروس)، وعدم تكامل وظيفي لمكونات الموقع، مما يؤدي إلى حجب المناظر الطبيعية عن السياح.
- تشويه المعالم الطبيعية والأثرية بسبب سلوكية بعض السياح الخاطئة بإطعام الحيوانات في المحميات الطبيعية أو التصرف السيء اتجاه الأملاك العامة (قطف زهور، العبث واللعب في المواقع الأثرية، إشعال النار، جمع أصداف أو مرجان، قلع مزروعات وأشجار... الخ).

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 255.

² عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لإتخاذ القرارات الإستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 62، 63.

● المخاطر البيئية لخصائص المنطقة الطبيعية مثل تعرية التربة وجرف الأراضي، وتعرض الشواطئ للأمواج العالية دون حماية والسيول والزلازل والصواعق. وتبين اللائحة التالية بعض المشاكل البيئية وارتباطها بالتنمية السياحية للمنطقة.

● إن النشاط السياحي يتداخل مع الحياة النباتية والبرية وتسبب بذلك في أضرار لا رجعة فيها على النظم الايكولوجية خاصة إذا لم تكن البنية التحتية على استعداد لاستيعاب هذا النشاط، كما يمكن للنشاط السياحي أن يؤدي إلى اضطراب في الحياة البرية وتزايد الضغوط على الأنواع المهددة بالانقراض.

الجدول رقم (21): الأثر البيئي المحتمل للإستثمار السياحي

المشاكل البيئية المحتملة	الأسباب المرتبطة بالتخطيط السياحي
<ul style="list-style-type: none"> ■ الحد المرجاني البحري والأعشاب البحرية ■ تخريب الحد المرجاني والبنية العضوية ■ تعذر تجدد الماء، والترسبات ■ تلوث ينابيع المياه 	<ul style="list-style-type: none"> ■ المشي على الحد، جمع الأصداف و المرجان ■ رسو القوارب، الغوص ■ جرف التربة للبحر لأجل البناء ■ تصريف المياه المالحة في مياه الأنهر
<ul style="list-style-type: none"> ■ مصبات النهر والمياه الضحلة ■ التعديلات ■ تغيير الترسبات الطبيعية ■ تغيير معايير الملوحة ■ تلوث مصادر المياه للبحر ■ تعذر زراعة الضفاف والغوص ■ تغيير طبيعة الخلجان ■ فقدان البيئة لحياة الأسماك 	<ul style="list-style-type: none"> ■ إشغال الأرض ببناء الهياكل دون دراسة ■ بناء بحذاء الشاطئ أو فوق الماء ■ تدهور مناسيب المياه الطبيعية ■ تأثير الخصائص المرجانية للشاطئ ■ المد، ملوحة الأرض، استخدامات سيئة ■ إنشاء المراسي والموانئ والأبنية ■ تغير الشروط الحيوية لمناطق التفريخ
<ul style="list-style-type: none"> ■ المانغروف (أعشاب بحرية لتفريخ السمك) ■ تغير حركة المياه، الملوحة، المد والجزر ■ الملوحة الزائدة ■ دخول الملوثات ■ تدهور المانغروف وتناقصه المستمر 	<ul style="list-style-type: none"> ■ تغير الحد البحري ■ الصرف الصحي دون معالجة ■ تغييرات في مياه الشاطئ ■ إستخدامات المسطح المائي وبشكل كثيف في الأنشطة الترويحية ■ تسرب الزيوت من محركات القوارب البخارية
<ul style="list-style-type: none"> ■ الحرم البحري ورمال الشاطئ ■ تناقص رمال الشاطئ ■ تعرية الأرض من خصائصها الطبيعية ■ ترحيل التربة وتجريف الأرض 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ترحيل الرمال لاستخدامها للبناء ■ توقيع للمنشآت السياحية بشكل غير مدروس ■ تغيير معالم البيئة الطبيعية وإشكال سطح الأرض

المصدر: موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل و الإستثمار في صناعة السياحة، الوراق للنشر و التوزيع، عمان

2010، ص 256.

ثالثاً: معايير تحسين العلاقة بين السياحة و البيئة:

لابد من التأكيد على دور السياحة الإيجابي في الحفاظ على مكونات البيئة من العناصر الأساسية (ماء، هواء، وتربة) باعتبار السياحة صناعة بلا مداخن أو هي كما وصفت بأنها صناعة الجدران البيضاء، فلا بد أن تشمل سياسة التنمية السياحية على حماية التربة والموارد الطبيعية والثقافة ونوعية المحيط البيئي والحياتي للإنسان، وذلك من خلال تحقيق الأمور الآتية:

1. يجب أن تكون الإعتبارات البيئية في حسابان المشاريع السياحية و ممثلة في خطط التنمية السياحية وخاصة في مجالات تحقيق نقاط الهواء والماء (للشرب و الإستعمال) وحماية التربة والموارد الطبيعية ونوعية المحيط البيئي والحياتي للإنسان.

2. يجب أن تستند أهداف اجتذاب السياح للمنطقة إلى الطاقة الإستيعابية للموقع لتحقيق الاستثمار الأمثل للبيئة وتكاملها مع التنمية الإقليمية والثقافة المحلية وما يتناسب استخدامات الأرض.

3. يجب أن تستند القرارات الاستثمارية على معلومات كاملة وواقعية عن أوضاع البيئة والنواحي التي قد تتأثر بها، وأن تشمل تلك القرارات جميع المجالات بعد تقييم دقيق لأية أخطار محتملة مع النمو السياحي المتوقع، والتغيرات المحتملة في تركيبة الطلب، كما يمكن أن تتضمن الخطط مواقع بديلة تجهز لتكون وسيلة لاستيعاب الزيادة في الطلب السياحي.

4. يجب أن تحدد مقاييس ومعايير بيئية مناسبة لمستويات التخطيط، وخاصة تلك التي تخص فترة الذروة في الحركة السياحية والأمر التي تتعلق بمعالجة الصرف الصحي وتصريف النفايات والمخلفات ومنع التلوث الصوتي والسيطرة على كثافة المرور.

5. يجب وضع وإعلان لائحة تعليمات وضوابط عن حدود التنمية في المناطق الحساسة والهشة، كما يجب وضع تشريعات خاصة لحماية البيئة الحساسة والنادرة، والتي من خصائصها سرعة التأثر بالاستعمال. يجب تحديد الحوافز للقطاع العام والخاص لتشجيع السياح على القدوم خارج فترة الموسم أو في فترات الركود بهدف تحقيق الاستخدام الأمثل والاقتصادي لوسائل المبيت والتسهيلات السياحية.¹

6. كما يجب أن تتخذ السلطات المحلية الإجراءات المناسبة اتجاه قمع المواضيع المحددة التالية:²

- تصريف المياه المستعملة في البحر أو الأنهر دون معالجة.
- الصيد غير المنظم، سواء بالمتفجرات أو بالشباك الناعمة أو الإفخاخ وصيد الحيتان..
- جمع واستخراج المرجان.

¹ أحمد الجلال، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2002. ص 256، 257

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 259

- التعدي على الغابات والحدائق وتعرية مساحات فيها لاستخدامها كمراع أو للمحاصيل.
 - تنفيذ الأعمال بطرق مزاجية تخل بشروط الاستثمار.
 - إقامة مرفأ شحن وتفريغ للبواخر قرب مراسي القوارب السياحية.
7. يجب على السلطة المحلية أن تبادر بالتنظيم والتشريع والتمويل لمشاريع خدمة كحافز للمستثمرين لتحقيق التنمية السياحية الاستثمارية وفي المجالات التالية:¹
- تفعيل التعاون بين الجهات الحكومية المعنية والهيئات غير الحكومية بهدف حماية البيئة.
 - وضع وتطبيق مقاييس ومعايير حول مخلفات محطات الطاقة و المصانع.
 - حوار مستمر ومباشر مع ممثلي السكان الأصليين قبل المباشرة، لأن التنمية السياحية قد تؤثر على أرضهم وطريقة حياتهم وموقفهم من السياحة والسياح مستقبلا.
8. التأكيد على الطاقة الاستيعابية الفيزيائية كأساس لتطوير المواقع السياحية لتحقيق الاستثمار العقلاني وليس الاستغلال للبيئة بل تحقيق التنمية الإقليمية والثقافة المحلية وما يناسب استخدامات الأرض.
9. يجب أن تستند القرارات الاستثمارية على معلومات كاملة وواقعية عن أوضاع البيئة والنواحي التي قد تتأثر بها، وأن تشمل تلك القرارات جميع المجالات بعد تقييم دقيق لأية أخطار محتملة للنمو في الأنشطة والفعاليات السياحية المتوقعة، والتغيرات المحتملة في تركيبة الطلب السياحي، كما يمكن أن تتضمن الخطط مواقع بديلة تكون وسيلة لاستيعاب الزيادة في الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي المقترح.
10. إتباع مقاييس ومعايير بيئية مناسبة لمستويات التطوير للمواقع السياحية وخاصة تلك التي تخص موسم الذروة في الحركة السياحية والأمور التي تتعلق بمعالجة الصرف الصحي وتصريف النفايات والمخلفات ومنع تلوث الصوت وضوابط كثافة المرور.
11. وضع لائحة تعليمات وضوابط عن حدود التنمية في المناطق الحساسة والهشة، كما يجب وضع تشريعات خاصة لحماية البيئة الحساسة والنادرة، والتي من خصائصها سرعة التأثر بالاستعمار مثل مواقع المحميات الطبيعية المائية أو البرية.²
12. تقديم الحوافز للقطاع العام والخاص لتشجيع السياح على المشاركة في التجربة السياحية خارج موسم الذروة السياحية أو في فترات الركود بهدف تحقيق الاستخدام الأمثل والاقتصادي لوسائل المبيت والتسهيلات السياحية.³

¹ ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001، ص119.

² أحسن العايب، عبور رزقين، أهمية السياحة ضمن استراتيجية السياحة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، العدد 14، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2017، ص150.

³ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص260.

ولابد من أن تخضع مشاريع التنمية السياحية للمراقبة المستمرة لضمان المحافظة على شروط ومعايير وثيقة التأثيرات البيئية التي تعتبر من الوثائق المهمة التي يجب تهيأتها قبل تنفيذ المشروع السياحي، والمعروف بأن وثيقة التأثيرات البيئية لها معايير عامة، ومعايير خاصة تتعلق بطبيعة الموقع السياحي ونوعه (شاطئ، جبل، غابة، صحراء، آثار، مصيف) كما تضاف إليها معايير وحلول للحالات الطارئة التي يجتمل أن يتسبب عنها خلل بيئي يستدعي المعالجة السريعة للحفاظ على استمرار صلاحية المكان سياحياً، وعدم تأثر الحركة السياحية باتجاه الموقع، حتى لو استدعى الأمر تعديلات في الخطة التطويرية للمنتجات السياحية، أو إعادة تقييم الأسواق السياحية المستهدفة.

المطلب الثاني: دور الدولة في تشجيع الاستثمار السياحي

من أهم العناصر التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة جدوى المشروعات السياحية مدى تدخل الدولة كمستثمرة في هذا القطاع والآليات التي تضعها لتشجيع استثمار القطاع الخاص به من أجل تحقيق الأهداف المرجوة و تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات، و كذا الترويج لفرص الاستثمار بقطاع السياحة و يمكن إجمال هذا الدور في ما يلي:

أولاً- الاستثمار الحكومي في القطاع السياحي

إن تمويل القطاع الخاص في البلدان النامية غير كاف لمشروعات التنمية السياحية حيث أن تجميد رؤوس أموال المستثمرين لفترة طويلة لا يرغبهم في إقامة المشروعات السياحية بل هم يرغبون في تحقيق أكبر عوائد ممكنة بأقل فترة زمنية حيث غالباً ما يكون العائد السنوي على الاستثمار في المشاريع السياحية منخفضاً (يتراوح عادة ما بين 10% إلى 15%). و لذلك فقد أصبحت إمكانيات التنمية السياحية في كثير من البلدان ضعيفة ولا تعتمد على مشاركة القطاع الخاص، الأمر الذي يستدعي بحث إمكانيات التمويل من المصادر الحكومية سواء أكان هذا التمويل مباشراً أم غير مباشر. إلا أن مقدار المساعدات المالية الممنوحة للاستثمارات السياحية من قبل الحكومة أو القطاع العام هي الأخرى غير كافية وغالباً ما تتحدد وفقاً للأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة بالمقارنة مع القطاعات الإنتاجية الأخرى، حيث يحتاج الاستثمار في مجال صناعة السياحة إلى حجم ضخم من رؤوس الأموال، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة البنية التحتية وتجهيزاتها.¹

وعادة ما تنعكس مجموعة الأهداف الاجتماعية والثقافية والبيئية والتعليمية في الخطط الخمسية على الخطة السياحية، حيث أن السياسات غير الاقتصادية قد يكون لها مضامين وأبعاد اقتصادية كبيرة

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 260.

في التنمية السياحية، فهناك ثلاثة مداخل رئيسية يمكن للدولة من خلالها تسهيل وتشجيع التنمية السياحية.¹ فدور الدولة كمستثمر في التطوير السياحي يرتبط بشدة بمفهوم "تحرير رأس المال"، كما أن عرض المساعدة الحكومية للتنمية يُستخدم غالباً لتشجيع الاستثمار الخاص في مناطق معينة أو في مشروع سياحي، حيث تقوم الدولة بتقديم حصة في تكاليف الإنتاج من خلال²:

أ- الاستثمار في البنية التحتية: وهذا النوع من الاستثمار ذو تأثير كبير ومألوف في تنمية وتطوير القطاع السياحي، حيث أن هناك العديد من الخدمات المتعلقة في البنية التحتية العامة (مثل الكهرباء والمياه والصرف الصحي والمطارات والمنتزهات والحدايق العامة) والتي لا تقتصر فائدتها على السائح نفسه بل يتم استخدامها من قبل مواطني البلد أيضاً.

ب- الاستثمار في البنية الفوقية: مثل الاستثمار في المنشآت الفندقية بأنواعها والقرى السياحية والمرافئ السياحية (مارينا) والبواخر السياحية والفنادق العائمة والمطاعم والنوادي الليلية بأنواعها. وهذه المشاريع هي الأخرى بحاجة إلى رؤوس أموال كبيرة لأن الجزء الأكبر من الاستثمار فيها (حوالي 75%) يخصص إلى الأصول الثابتة مثل الأراضي والمباني بينما يخصص الجزء الأقل (حوالي 25%) إلى عمليات التجهيزات والتأثيث بأنواعها المختلفة.

ج- الاستثمار في الأنشطة الاقتصادية التي تكمل قطاع السياحة أو ترتبط معه بشكل مباشر أو غير مباشر مثل قطاع الخدمات وقطاع الزراعة وقطاع الصناعة كالصناعات الغذائية وصناعات الأثاث والورق ووسائل النقل... الخ. ومع كل زيادة في الطلب السياحي تزداد الرغبة في الاستثمار في هذه القطاعات الإنتاجية التي يعتمد عليها القطاع السياحي.¹

ثانياً- مدى تشجيع القطاع الخاص:

لا يكاد أي بلد من بلدان العالم يخلو من وجود المنتجات وعناصر الجذب السياحية سواء الطبيعية منها (هبة الباربي عز وجل) أو التي من صنع الإنسان. ولكن على الرغم من وجود الفرص الاستثمارية والإمكانيات والمقومات السياحية المتاحة إلا أن نسبة رأس المال المستثمر في قطاع السياحة قليل جداً ومتواضع بالنسبة إلى إجمالي الاستثمار العام في بعض البلدان وخاصة البلدان العربية. وبما أن القطاع

¹ نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 3، اللاذقية، 2006، ص 46.

² مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2017، ص 174، 175.

الخاص مسؤول عن توفير البنية الفوقية لقطاع السياحة، فإن دوره في تنفيذ خطة التنمية المستدامة ضعيف لذلك يتطلب من الأجهزة الحكومية مساعدة الإدارات السياحية في إدراك هذا المفهوم والإسهام الفاعل في تنفيذ خطة تنمية السياحة المستدامة ويتحقق ذلك من خلال التركيز على البنود الآتية:¹

1. تضمين مفاهيم التنمية السياحية المستدامة في أهداف الخطة التشغيلية للمشاريع السياحية التابعة للقطاع الخاص وتوضيح الآثار الإيجابية على الربحية وإنجاز العمل.
2. زيادة القدرة التنافسية للمنشآت السياحية وزيادة الإنتاجية، وذلك من خلال العمل على تطوير خدمات سياحية منافسة وملائمة لتنمية السياحة المستدامة.
3. الاعتماد على العمالة الوطنية في تطوير قطاع السياحة لضمان مشاركة المواطنين بشكل أوسع في تنمية القطاع، ومن ثم في تفاعلهم مع خطة تنمية السياحة المستدامة.
4. توزيع الاستثمارات السياحية بشكل يساهم في تنمية المناطق المختلفة، والاستفادة من الإمكانيات والمقومات السياحية ومراعاة عدم التركيز على المدن الرئيسية فقط والضغط على البنية التحتية.
5. زيادة دور القطاع الخاص الذي يمثل محور عملية تنمية السياحة المستدامة لما يتمتع به من كفاءة إدارية، وخبرة استثمارية، وقدرة تنافسية تؤدي إلى توفير المنتجات والخدمات السياحية بأسعار منافسة. إضافة إلى ذلك يمتلك القطاع الخاص رأس المال، حيث قد يصل نسبة تكوين رأس المال الخاص إلى إجمالي تكوين رأس المال إلى أكثر من النصف في العديد من البلدان الصناعية. وبالتالي فإن دور القطاع الخاص في تطوير صناعة السياحة وتنويع مصادر الدخل القومي يعد مكملاً للدور الحكومي.
6. التحسب من إنتشار بعض الأمراض والأوبئة والتأكد من أن السياح القادمين غير مصابين بأي من الأمراض المعدية والوبائية.
7. توخي الحذر الشديد والتحسب من ارتفاع نسبة الغش والتلاعب بالأسعار والقضاء على ظاهرة السرقة والغش، وذلك عن طريق زيادة أعداد الشرطة خاصة في المناطق المزدهمة والمواقع السياحية.
8. التحكم بالأسواق السياحية والتدفق السياحي فبدلاً من التنوع في الأسواق السياحية، تقوم الدولة بتقديم خدمات تتناسب مع أسواقها، وإذا كان هناك شركات طيران تابعة لها تقوم باستقطاب السياح من تلك الدول التي تقوم على خدمة مسافريها مما يوجه الحركة السياحية في مناطق محددة.

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 265

هذه العناصر و غيرها تعتبر بمثابة قواعد إطار يجب أخذها بعين الإعتبار في مختلف دراسات الجدوى التفصيلية للمشروعات المقترحة وهي مسؤوليات تقع على عاتق السلطات الحكومية في مجال التنمية والتخطيط لمكونات السياحة والتسهيلات والبنى التحتية، يجب أن يتناغم المشروع السياحي وفقها.

ثالثاً- أهداف الاستثمار السياحي من خلال السياسات الحكومية:

إن تنمية القطاع السياحي متعلقة مباشرة بتكوين وإرساء المجمعات السياحية القادرة على المنافسة المعاصرة، والتي تؤمن الإمكانيات الواسعة من أجل تلبية احتياجات المواطنين المحليين والأجانب في الخدمات السياحية، كما أن تطوير هذه المجمعات يؤمن المساهمة الكبيرة في تنمية اقتصاد البلد على حساب الإيرادات الضريبية الواردة إلى الميزانية، تدفق العملة الأجنبية، زيادة عدد الوظائف، إلى جانب الحفاظ والاستعمال العقلاني والعلمي للإرث الثقافي والطبيعي¹.

فالهدف العام للسياسات الحكومية في السياحة هو مضاعفة مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني. ومن الأهداف الخاصة: مضاعفة المساهمة في ميزان المدفوعات، المساهمة في التنمية الإقليمية بشكل متوازن، توفير فرص العمل، إعادة توزيع الدخل بين الأفراد، المساهمة في الخدمات الاجتماعية والاقتصادية، ومضاعفة الفرص للإيرادات المالية للدولة. وفي معظم الحالات، فإن الاستثمار في قطاع السياحة والسفر يعتمد على نفس المبادئ التجارية كما هو الحال في باقي القطاعات الاقتصادية. لكن في بعض الحالات يتم الاستثمار في القطاع السياحي لأسباب غير تجارية كما هو في الحالات الآتية:²

1. تقوم العديد من الدول بالاستثمار في صناعة السياحة لأسباب اجتماعية وبيئية بدلا من الأهداف التجارية البحتة. مثال ذلك الاستثمار في البنية التحتية. مثال ذلك الاستثمار في البنية التحتية والنقل ومراكز المعلومات السياحية والحدائق والمتنزهات والتدريب والتطوير.

2. في كثير من الحالات هناك مؤسسات مثل البنوك تقوم بالاستثمار في القطاع السياحي لأهداف غير تجارية على الأقل في المدى القصير، حيث تساهم في انتشار الفنادق والمنتجعات ومراكز المؤتمرات وتأجيرها بدلا من المكاتب والمصانع والمخازن، وتتوقع عائد جيد على رأس المال المستثمر، لكن الأهم من ذلك النمو الكبير في القيمة الرأسمالية للعقار مقارنة مع تلك الموجودات التي تتراجع قيمتها مع مرور الزمن. بالتالي فإن السياحة في هذا السياق هي مجرد مستأجر للعقارات.

¹ مصطفى يوسف كافي و آخرون، "الاقتصاد السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص 168 .

² موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 264، 265.

3. بعض الاستثمارات السياحية تتم لأسباب خاصة بنمط الحياة Life Style فبعض الأشخاص يقومون بشراء اليخوت أو مزرعة للترفيه وركوب الخيل أو مراكز لقضاء أوقات الفراغ وبما يتناسب مع نمط حياتهم لأسباب فردية أو اجتماعية.

والشيء الأكيد هو أن تبني مثل هذه المقترحات ووضعها حيز التنفيذ، سيمكن القائمين على دراسة الجدوى التفصيلية للمشروعات السياحية من تكييف دراساتهم وقراراتهم على نحو أهدافها.

رابعاً: مراعاة محاور التوازن في الاستثمار السياحي:

يرتبط تطور الاستثمار السياحي وإقبال المستثمرين بعوامل سياحية، منها ما يتصل بغنى المقومات والمصادر السياحية في الإقليم، أو باستقرار الطلب على السياحة واستدامة عناصر نموه، ومنها ما يتصل بالالتزام الحكومي بتوفير شروط استدامة العرض والطلب، سواء كان ذلك من خلال مجمل محاور عمل الفريق الحكومي عمومًا، والتنسيق بينها وبين الجهات الحكومية (وزارة السياحة خصوصًا) وقدرتها على إدارة توازن محاور عملها المتداخلة والمتشابكة بما يكفل أن يتوازن نمو الاستثمارات السياحية مع نمو عدد السياح والأطر البشرية المؤهلة، وأن تكون الإيرادات السياحية محققة لعناصر الجدوى الاقتصادية لتلك الاستثمارات، ولعناصر نجاح المعادلة الأمثل بين الجودة والسعر في إطار من الأداء الاقتصادي العام المتفاعل والمحقق للنمو المستدام.

وبمعنى آخر يرتبط تطور صناعة السياحة بالتوصل إلى جملة من التوازنات المتشابكة والمتنامية بين محاور العمل السياحي بحيث لا يمكن تحقيق نمو في محور من المحاور دون أن يستتبع ذلك نموًا في محور آخر متعلق به، وبالتالي يصبح لزامًا على الجهات الحكومية أن تعمل على إدارة التوازن بين محاور العمل السياحي، والتنسيق من أجل ذلك مع الجهات الفاعلة الأخرى من خلال إدارة التوازن بين العرض والطلب بما يستتبع توازن زيادة الاستثمارات ونموها مع زيادة عدد السياح، وكذلك زيادة الأطر المدربة مع زيادة الاستثمارات، كما يستتبع التوازن في توزيع الاستثمارات على مختلف المناطق. ولما كان قطاع السياحة يعتمد في نموه على رضا كل من السائح والمستثمر، فإن هذا يتطلب من الجهات الحكومية تحقيق التوازن الأمثل بين الجودة والأسعار، وكذلك توازن ملامح تطوير المنتج السياحي مع متطلبات مختلف الأسواق السياحية، بما في ذلك السوق الداخلي، ومع أشكال النشاط السياحي المختلفة، بما يكفل الحفاظ على التوازن في ميزان المدفوعات السياحي، من خلال تحفيز السياحة الداخلية وضبط توازن عدد السياح القادمين إلى تلك الدولة مع عدد المغادرين منها في رحلات سياحية.

وتتحم الجهات الحكومية أيضًا بتحقيق التوازن بين مصالح جميع الشركاء الآخرين في العمل السياحي، بالإضافة إلى المستثمر والسائح، نجد ضرورة الأخذ بعين الاعتبار مصالح العاملين في القطاع السياحي،

والمجتمع المحلي، وبخاصة متطلبات الحفاظ على البيئة والتقاليد، في إطار القوانين والأنظمة النافذة، كما تهتم أيضاً بتنسيق التوازن بين مصالح قطاع السياحة ومصالح القطاعات الأخرى، كالصناعة والزراعة وأشكال النشاط الاقتصادي الأخرى، بالتعاون مع أعضاء الفريق الحكومي، مع تأمين احتياجات السياحة من البنية التحتية والخدمات في المحيط السياحي ويتم ضبط التوازن الموصوف من خلال الخطة التنموية لقطاع السياحة للدولة.¹

إن هذا التشابك بين القطاع السياحي و القطاعات الأخرى، و ضرورة إدارة التوازن بين المستثمر و السائح و المجتمع يعتبر عاملاً مهماً في إعداد دراسات الجدوى التفصيلية و جمع البيانات حول مراحلها المختلفة: التسويقية، الفنية، القانونية، المالية، و البيئية.

خامساً: أهمية الأخذ بمقترحات ملتقيات أسواق الاستثمار السياحي:

من المهم لأي بلد تشجيع المستثمرين المحليين والأجانب في المشاركة بملتقيات الإستثمار السياحي و الترويج للسياحة، وبعد عقد أي من ملتقيات تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة لابد من تحليل النتائج التي توصل إليها بحيث لا تكون بعيدة عن تحليل ملاحظات المستثمرين التي تم رصدها خلال عقد الملتقى تمهيداً لعرض هذه النتائج على السلطات الحكومية (متخذي القرار) واقتراح إصدار القرارات اللازمة لتشجيع القرارات الاستثمارية، وإضافة آفاق جديدة للبيئة الاستثمارية في القطاع السياحي. فمثلاً بعد اكتمال إجراءات رسو العقود الاستثمارية للمشاريع التي تعرض في أي من ملتقيات سوق الاستثمار السياحي، يتم تحليل النتائج النهائية في دراسة متكاملة مع الاقتراحات اللازمة وبعد نقاش مستفيض لهذه النتائج تقرر الحكومة جملة من القرارات لصيغ الاستثمار السياحي المعمول بها في ملتقيات أسواق الاستثمار، بشكل متوازن مع برامج تنوع الاستثمارات السياحية،² هذه النتائج و المخرجات تعتبر بمثابة حوافز و تسهيلات و إرشادات يتم الإعتماد عليها في إعداد دراسات الجدوى و تقييم المشروعات السياحية.

¹ موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص ص 274-276

² نفس المرجع السابق، ص 277.

خلاصة:

تعتبر دراسة الجدوى الاقتصادية بمثابة خطة مبدئية لتنفيذ المشروع الاستثماري، حيث تسهم في تفعيل القرار الاستثماري ابتداءً من تحديد الفرصة الاستثمارية إلى دراستها و تقييمها وصولاً إلى مرحلة انطلاقة المشروع و تشغيله.

و في قطاع السياحة الشديد الحساسية تعتبر دراسات الجدوى بمثابة دراسات علمية شاملة لكافة جوانب المشروع السياحي والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اختيار البديل أو الفرصة الملائمة من بين عدة بدائل أو فرص استثمارية مقترحة. ولا بد أن تتصف تلك الدراسات بالدقة والموضوعية والشمولية؛ فهي مجموعة من الدراسات المتخصصة: تسويقية، فنية، قانونية، و مالية، يتم إجراؤها للتأكد من أن مخرجات المشروع السياحي (منافع، إيرادات) أكبر من مدخلاته (تكاليف) أو على الأقل مساوية لها.

ودراسة الجدوى الاقتصادية في قطاع السياحة ما هي إلا تقرير يمثل الخطوط العامة عن كافة جوانب المشروع السياحي أو المشاريع المقترحة، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اتخاذ قرار إما بالتخلي عن المشروع السياحي أو الانتقال إلى دراسة أكثر تفصيلاً ثم التنفيذ، خاصة في ظل العوامل البيئية و توجه الدولة بتشجيع هذا النوع من الاستثمارات من عدمه.

الفصل الثالث

تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية
الإستثمار في المشاريع السياحية

تمهيد:

تبدأ عملية تقييم المشروع الاستثماري السياحي بعد الانتهاء من إعداد دراسة الجدوى المالية، وتحديد القوائم المختلفة التي توضح نتائج تلك الدراسات، حيث يكون المشروع جاهزا عندئذ للتقييم نظرا لتوفر المعلومات الكافية عن مستقبل هذا المشروع، والتي تمكن متخذ القرار من قبول المشروع أو رفضه أو تفضيل مشروع على مشروع آخر.

والمشروعات الاستثمارية السياحية تتطلب إنفاق مبالغ ضخمة تزداد مع زيادة حجم المشروع، إذ تتصف بكونها قرارات استثمار طويلة الأجل، وبالتالي يكون عائد الاستثمار مؤجل لفترات زمنية طويلة نسبيا طالما أنّ الاستثمار ما هو إلا نفقة حالية تهدف إلى الحصول على مكاسب مستقبلية إذ وبعد القيام بتقدير حجم الإيرادات السنوية المتوقعة من المشروع السياحي المقترح بالإضافة إلى تقدير تكاليفه الاستثمارية وتكاليف التشغيل السنوية، تأتي مرحلة تقييم ربحيته التجارية وذلك من وجهة نظر المستثمر الخاص من خلال استخدام معايير التقييم المالي لاتخاذ قرار قبول أو رفض المشروع، أو ترتيب المشروعات في حال تعددها وفقا لأولوياتها.

كما أنّ تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع السياحية أصبحت محورا أساسيا في تنفيذ هذه الأخيرة، إذ تعددت وتنوعت معايير تقييم المشروعات السياحية من وجهة النظر الاجتماعية وذلك وفقا لتعدد وتنوع الأهداف التي تسعى الدول إلى تحقيقها.

المبحث الأول: دراسات الجدوى وأسس تقييم المشروعات السياحية

تعتبر عملية تقييم المشروع السياحي كمرحلة لاحقة لدراسات الجدوى الاقتصادية للمشروع، ومرحلة سابقة لمرحلة التنفيذ، ويخضع المشروع إلى نوعين من التقييم، تقييم مالي وتقييم اقتصادي، حيث سنتطرق هنا إلى ماهية التقييم وأهدافه لنأتي للحديث عن مفهوم كل من التقييم المالي والاقتصادي ونخلص في الأخير إلى إبراز أهمية التدفقات النقدية في عملية التقييم.

المطلب الأول: طبيعة وأهمية تقييم المشروعات السياحية:

تمثل عملية تقييم المشروعات السياحية إحدى المراحل الهامة والأساسية في دورة المشروع، ونتيجة التقييم هي أساس اتخاذ القرار بقبول أو رفض المشروع الاستثماري المقترح، ومن ثمة فإن دقة وسلامة التقييم سينعكس إيجاباً على سلامة اتخاذ القرار الاستثماري.

أولاً- مفهوم و أهمية عملية تقييم المشروعات السياحية:

تعرف عملية تقييم المشروعات بأنها عبارة عن "عملية وضع المعايير اللازمة التي يمكن من خلالها التوصل إلى اختيار البديل أو المشروع المناسب بين عدّة بدائل مقترحة والذي يضمن تحقيق الأهداف المحددة استناداً إلى أسس علمية"¹.

حيث يتضح من التعريف أعلاه أنّ عملية تقييم المشروعات السياحية ما هي إلا وسيلة يمكن من خلالها المفاضلة بين عدّة مشروعات مقترحة وصولاً إلى اختيار البديل الأفضل الذي يضمن تحقيق الأهداف المحددة وتمثل المفاضلة بين المشاريع فيما يلي:²

- المفاضلة بين توسيع المشاريع القائمة أو إقامة مشاريع سياحية جديدة.
- المفاضلة بين أنواع معينة من المشاريع السياحية.
- المفاضلة بين أساليب الخدمات السياحية وصولاً لاختيار الأسلوب المناسب.
- المفاضلة بين المشاريع السياحية استناداً إلى الأهداف المحددة لكل مشروع.
- المفاضلة بين المواقع البديلة للمشروع السياحي.

1 كاظم جاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، تحليل نظري وتطبيقي، دار المناهج، عمان، 2001، ص 93.

2 موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 215.

- المفاضلة بين الأحجام والتصنيفات المختلفة للمشروع السياحي.

- المفاضلة بين البدائل الحديثة للمشروع السياحي.

وعملية المفاضلة يترتب عليها تبني قرار استثماري يتطلب استثمار أموال كثيرة وهذه الأموال لا بد وأن تواجه مستوى معين من الخطر، لأن تلك القرارات تتعامل مع مستقبل مجهول تكتفه العديد من المتغيرات الداخلية والخارجية، لذا ومن أجل تحقيق مستوى من الأمان للأموال المستثمرة فإنه لا بد أن تستند عملية تقييم المشروعات على دراسات الجدوى الاقتصادية التي تكون الأساس في نجاح تلك العملية في تحقيق أهدافها¹.

كما ينظر إلى مفهوم التقييم على أنه: "عملية بحث ودراسة للتأكد من أن المواد الطبيعية والبشرية والمالية اللازمة لقيام المشروع يمكن توفرها بالفعل، ثم قياس كفاءة الاستثمار من المشروع من الوجهة التجارية والاقتصادية والاجتماعية، بما يؤكد تحقيق المشروع لأهدافه بأقل تكلفة ممكنة وبأكبر عائد اقتصادي في ضوء الموارد المتاحة، ويعتمد هذا التقييم على سلسلة منتظمة ومترابطة من البيانات والمعلومات التي تمكن من قياس الآثار المباشرة وغير المباشرة للمشروع وعلى امتداد حياته الإنتاجية"⁽²⁾.

وعليه فإن جوهر عملية تقييم المشروعات ومنها السياحية هو تحقيق أفضل استخدام ممكن للموارد عن طريق:³

- قياس صافي المنافع للمشروع المقترح وفق المعايير المالية، الاقتصادية والاجتماعية كأساس لقبوله أو رفضه.

- ترتيب المشروعات البديلة والمفاضلة والاختيار فيما بينها طبقاً لمبدأ الأولويات.

إذا فمفهوم التقييم مرتبط أساساً بدراسات الجدوى التي تهدف إلى دراسة مدى صلاحية فكرة المشروع للتنفيذ وتوافر الموارد اللازمة الإستثمارية، إذ يجب أن تحتوي دراسة الجدوى على البيانات الفنية والإقتصادية اللازمة لتقييم المشروع اقتصادياً واجتماعياً.

1 محمد الصيرفي، اقتصاديات المشروعات، حرس الدولية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2005، ص252.

2 نناء محمد طعيمة، نظم المعلومات المحاسبية في تقييم المشروعات الاستثمارية، إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002، ص23.

3 كاظم جاسم العيساوي، مرجع سبق ذكره، ص93.

أهمية تقييم المشروعات السياحية:

يمكن إبراز أهمية عملية تقييم المشروعات في النقاط التالية:¹

- أنه يساعد على تجاوز القرارات الفردية والعشوائية التي تؤدي إلى ظهور مشاريع فاشلة تمثل عبئا على الاقتصاد الوطني.
- أن التقدم العلمي والتكنولوجي والمشاريع المبتكرة التي أصبحت سمة العصر قد وفر العديد من البدائل أمام المستثمر وهذه البدائل تختلف فيما بينها من حيث المردود والتكاليف والحاجة إلى مستلزمات النشاط والقوى العاملة المتخصصة، الأمر الذي أصبح معه المستثمر عاجزا عن تحمل نتيجة الاختيار العشوائي بين هذه البدائل، ومن ثم فإنّ عملية التقييم تساعد على الاختيار الأفضل من بين البدائل المتاحة.
- ترجع أهمية التقييم إلى ارتفاع تكاليف الفرصة البديلة مع الندرة النسبية في رأس المال، الأمر الذي زاد من نسبة المخاطرة التي تواجه استثمار عند الإختيار ما بين الفرص الإستثمارية المختلفة.

ثانيا- أهداف عملية تقييم المشروعات السياحية:

إنّ الإهتمام الكبير بموضوع تقييم المشروعات، ما هو إلا انعكاس للوظائف والأهداف العديدة لذلك الموضوع، والتي يمكن إبرازها فيما يلي:²

- 1- تعتبر بمثابة وسيلة يمكن أن تساعد في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، ذلك أنّ جوهر عملية التقييم يتمثل في محاولة تبني قرار استثماري يتعلق باختيار مشروع معين من بين عدة مشروعات مقترحة، ولكي يكون ذلك القرار ناجحا لا بد أن يستند على دراسة علمية شاملة، أما القرارات العفوية والفردية فلا بد أن تقود إلى ظهور مشروعات فاشلة بما يمثل هدر الموارد للموارد المتاحة و النادرة.
- من هنا تظهر طبيعة العلاقة الوثيقة بين عملية تقييم المشروعات السياحية وتحقيق الاستخدام والتوزيع الأمثل للموارد المتاحة، كما أنّ عملية التقييم يمكن أن تساعد على تحقيق الانسجام والتوافق بين أهداف الاستثمار في المشروعات السياحية وبين أهداف خطة التنمية الوطنية أو المحلية، كما يجب أن تتضمن عملية تقييم المشروعات القائمة لما له من أهمية في فشل أو نجاح المشروع وبالتالي استخدام أمثل للموارد المتاحة.

1 محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 253.

2 نفس المرجع السابق، ص 253-256.

2- تعتبر عملية التقييم بمثابة وسيلة تساعد في التخفيف من درجة المخاطرة للأموال المستثمرة حيث من خلال عملية تقييم المشروعات، يمكن اختيار البديل المناسب من بين عدة بدائل، بما يضمن تحقيق أهداف المشروع، كما يضمن مستوى معين من الأمان لتلك الأموال.

خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أنّ تلك الأموال قد تصل إلى مبالغ باهظة خاصة بالنسبة للقري والمدن السياحية الكبيرة الذي قد يواجه الإنفاق على إنجازها وتشغيلها مستوى عالي من المخاطرة، يمكن تخفيف حدتها وتجاوزها عن طريق عملية التقييم كونها دراسة علمية دقيقة وشاملة وتأخذ كافة الاحتمالات في ظروف التأكد وعد التأكد، الشيء الذي يضمن مستوى معين من الأمان للأموال المستثمرة.

3- تساعد عملية تقييم المشروعات في توجيه المال المراد استثماره إلى ذلك المجال الذي يضمن تحقيق الأهداف المحددة وترشيد القرارات الاستثمارية.

فمن خلال المفاضلة بين المشروعات السياحية المقترحة يمكن تقييم كل مشروع وما يتطلبه من دراسات على أساس اقتصادي يعتمد عليه في الوصول إلى قرارا سليم يؤدي إلى اغتنام الفرصة الاستثمارية المثلى.

ثالثا: مبادئ عملية تقييم المشروعات السياحية

من المبادئ الأساسية التي تستند عليها عملية تقييم المشروعات نذكر منها ما يلي:¹

1- لا بدّ أن تقوم تقييم المشروعات على إيجاد نوع من التوافق بين المعايير التي تضمنتها تلك العملية وبين أهداف المشاريع المقترحة، فمثلا المعايير التي تستخدم في مجال المشروعات السياحية العامة تختلف عن المعايير التي تستخدم في مجال المشروعات الخاصة نظرا لاختلاف الأهداف بين المشروعات العامة والخاصة.

2- لا بد أن تتضمن عملية التقييم تحقيق مستوى معين من التوافق بين هدف أي مشروع وأهداف خطة التنمية الوطنية، فلا يمكن مثلا المبادرة بمشروع سياحي في إطار خطة لدعم الفلاحة وتنميتها كما يجب أن يكون هناك توافق بين الهدف المحدد للمشروع السياحي وبين الإمكانيات المادية والبشرية والفنية المتاحة لتنفيذه.

1 موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 224.

3- لا بد أن تضمن عملية التقييم مستوى معين من التوافق والانسجام بين أهداف المشاريع المتكاملة والمتربطة والتي تعتمد على بعضها البعض، وإزالة التعارض بين أهدافها المختلفة، خصوصا في حالة المشروع السياحي الذي يترابط أماميا وخلفيا مع عديد المشاريع في القطاعات الأخرى ويتأثر كثيرا بوضعية القطاع من حيث التشبع والعجز.

4- لا بد من توفر المستلزمات اللازمة لنجاح عملية التقييم، خاص ما تعلق منها بالمعلومات والبيانات والإحصائيات الدقيقة والشاملة التي تعتبر عاملا مهما في نجاح المشروع السياحي.

كما لا بد من الأخذ بعين الاعتبار أن¹:

5- عملية التقييم هي جزء من عملية التخطيط، كما تمثل مرحلة لاحقة لمرحلة دراسات الجدوى ومرحلة سابقة لمرحلة تنفيذه.

6- أن عملية تقييم المشروعات لا بد وأن تفضي إلى تبني قرار استثماري، إما بتنفيذ المشروع المقترح أو التخلي عنه.

7- أن عملية تقييم المشروعات تقوم أساسا على المفاضلة بين عدة مشروعات أو بدائل ووصولاً إلى البديل المناسب.

كما تعتبر عملية تقييم المشروعات من أدق المراحل، حيث فيها يتم ترجمة الأهداف إلى واقع ملموس مستندا إلى مبدأ الاختيار، واختيار البديل الأفضل من بين عدة بدائل مقترحة يتطلب معيارا جيدا للتقييم وحتى يكون هذا الأخير كذلك يجب أن تتوفر فيه أربعة شروط²:

أ- أن يؤدي إلى نتيجة غير قابلة للتأويل أي لا تحتل تفسيرات متباينة.

ب- أن يتفق هذا الأسلوب المتبع مع قاعدتين أساسيتين هما:

● أن التدفق النقدي الأكبر يفضل على التدفق النقدي الأقل وذلك بالنسبة لنفس الفترة الزمنية مع افتراض ثبات جميع العوامل الأخرى.

● أن التدفق النقدي الذي يتحقق في فترات مبكرة يفضل على التدفق النقدي الذي يتحقق في فترات زمنية متأخرة.

ج- أن يستطيع الجهاز القائم بالتقييم وإدراك ما تعنيه كل قاعدة من القواعد التي بني عليها الأسلوب المتبع، وكذلك أن يجد سهولة في التوصل إلى القرار السليم.

1 كاظم جاسم العيساوي، مرجع سبق ذكره، ص 97.

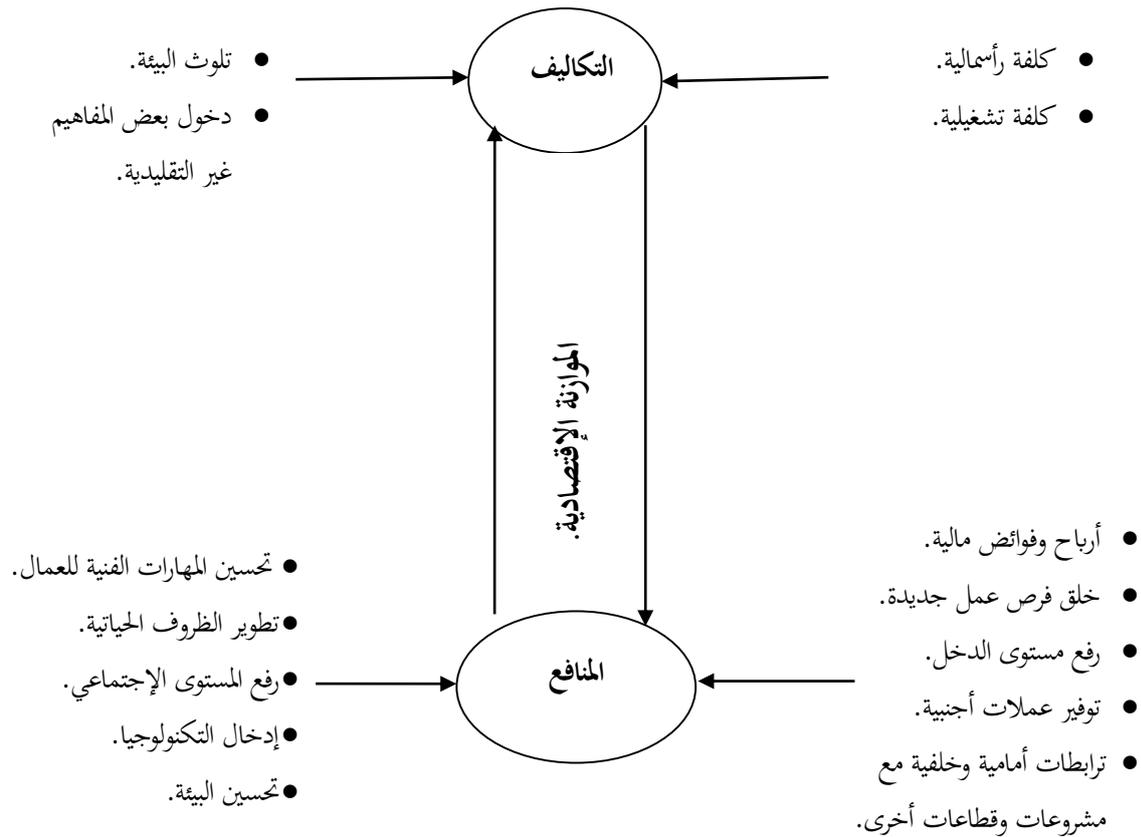
2 محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 258

د- يجب أن يكون من الممكن استخدام أسلوب التقييم بالنسبة لأكثر عدد ممكن من المشروعات المختلفة.

رابعاً: محاور عملية تقييم المشروعات السياحية.

إنّ جوهره عملية التقييم المالي والإقتصادي للمشروع قبل تنفيذه وبعد إنجازه وتشغيله أيضاً، هي الموازنة بين إجمالي التكاليف من جهة، وإجمالي المنافع من جهة أخرى ولكل منهما عناصر قابلة للقياس الكمي مثل الكلف الإستثمارية والتشغيلية والأرباح وخلق فرص عمل جديدة وغيرها، وعناصر أخرى غير قابلة للقياس الكمي مثل تلوث البيئة والآثار الاجتماعية وتحسين مهارات الأيدي العاملة ونقل التكنولوجيا وغيرها، والشكل الموالي يوضح عملية الموازنة هذه بشكل مبسط:

الشكل رقم (12): مخطط الموازنة لعملية التقييم المالي والاقتصادي للمشروعات.



المصدر: مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، دراسة جدوى المشروعات السياحية، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة،

2018، ص 273.

وعليه فإنّ تقييم جدوى المشروعات السياحية لا يقتصر فقط على الجوانب التسويقية والفنية والمالية وما ينتج عنها من ربحية تجارية، "بمعنى تقييم مالي فقط" بل لا بد من تقييم إقتصادي كذلك للمشروع السياحي من وجهة نظر المجتمع و الإقتصاد و الوطن، أي تقييم ربحيته الإجتماعية وهذا ما سنتناوله في العنصرين المواليين.

المطلب الثاني: التقييم المالي للمشروعات السياحية وعناصره "الربحية التجارية"

تعتبر عملية التقييم المالي للمشروع أو ما يعرف بتقييم الربحية التجارية أدق المراحل في عملية تقييم المشروعات، حيث في هذه المرحلة يتم ترجمة الأهداف إلى واقع ملموس مستندا إلى مبدأ الاختيار، واختيار البديل الأفضل من بين عدة بدائل متاحة.

أولاً- مفهوم التقييم المالي:

يقصد بالتقييم المالي أو التجاري للمشروعات الاستثمارية قياس الربحية المالية أو التجارية لتلك المشروعات طيلة عمرها أو حياتها، أي أنّه يهتم بتقييم المشروعات من وجهة نظر الأفراد أصحاب تلك المشروعات والذي يهدف إل تحقيق الربحية التجارية من خلال أقصى قدر من الأرباح.¹ فدراسة جدوى المشروع من منطلق الربحية التجارية يعبر عن ربحية المشروع من وجهة النظر الخاصة، فالهدف الأول لصاحب المشروع هو تعظيم الربح، وعليه فالربحية التجارية تعتمد أساسا على الأسعار السوقية في حساباتها وتقييمها للمنافع والتكاليف الناتجة عن المشروع²، فهي تهدف إلى تقديرها في المنافع التي تعود إلى المشروع والمستثمر.

وبهذا يمكن القول أن التقييم المال في جوهره هو مقارنة بين مجموعة الموارد المنفقة والتي يتطلبها إنشاء مشروع استثماري مع مجموعة العوائد التي من المتوقع أن يجنيها المشروع مستقبلا. فالهدف الأساسي من هذا التقييم هو التأكد من أنّ المستثمر يقوم باختيار أفضل الاستثمارات للأموال المتاحة من بين الاستثمارات الممكنة التي تتفق مع أهداف المشروع.³

ثانياً: عناصر التحليل المالي للمشروعات: يضم تحليل الربحية التجارية للمشروعات الجانبين التاليين:⁴

1 أحمد محمد دسوقي، تقييم المشروعات الاستثمارية العامة في مصر، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2009، ص 59.

2 جمال طاهر إبراهيم، المشروع التجاري في ميزان الربحية التجارية والربحية القومية، المحلّة الأكاديمية لجامعة نوزور العراق، مجلد 11، عدد 23، 2022، ص 421.

3 أحمد محمد غنيم، دراسة جدوى المشروعات، المكتبة العصرية، ط 1 مصر، 2010، ص 323.

4 صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره، ص 176-178.

- تحليل ربحية الاستثمار: ويقاس ربحية الموارد المستخدمة في المشروع، أو بمعنى أدق العائد على الاستثمار بغض النظر عن مصادر التمويل، ويعتمد هذا التحليل على مجموعة من المعايير سنتناولها بالتفصيل في المبحث الموالي.

- التحليل المالي: والذي يأخذ بعين الاعتبار الملامح المالية للمشروع الذي يضمن أن التمويل المتاح سيسمح بتنفيذ المشروع وتشغيله دون مشاكل مالية، ويتم التحليل المالي على أساس سنوي ويتضمن:

• تحليل السيولة بهدف ضمان تدفق التمويل طوال فترات الإنشاء، و تدرج الإنتاج و التشغيل الكامل.

• تحليل هيكل رأس المال للتأكد من أن كل نوع من الاستثمارات (الأصول الثابتة، ورأس المال العامل) يقابلها نوع من التمويل؟

و يعتبر تحليل الاستثمار أكثر التحليلات شمولاً في مجال الربحية التجارية كونه يهدف إلى تقييم ربحية المشروع في جميع سنوات عمره الاقتصادي وعلى أساسه يتم اتخاذ قرار قبول المشروع من عدمه.¹

حيث يقوم التقييم المالي السليم لمشروع الاستثماري على معرفة المعالم الأساسية في هذا التقييم والمتمثلة في:²

1- تكلفة المشروع: والذي يعد تقديرها بدقة مهما لأنها تمثل الأساس المرجعي في تقدير المردودية

وتحديد مبلغ رأس المال اللازم لتمويل المشروع وتتكون:

❖ مجموعة النفقات الضرورية والمستخدمه في إنجاز المشروع وتتضمن الآتي:

- تكاليف الدراسات والأبحاث الضرورية للمشروع.

- تكاليف الإنجاز والتجهيز والمصاريف الملحقه.

- تكاليف تكويني المستخدمين.

❖ الارتفاع في الاحتياج من رأس المال العامل للاستغلال.

2- مدة حياة المشروع:

1 جمال طاهر إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 421.

2 Pierre Cabane, L'essentiel de la Finance, Ed d'Organisation, Paris, 2004, pp 207-209.

يتميز كل مشروع استثماري بأفق زمني يعبر عن مدة حياته الاقتصادية، والتي من الواجب تقديرها لما تكتسي من أهمية كبرى في عملية التقييم للمشروع، خاصة عند تقدير التدفقات النقدية، أثناء تطبيق معايير التقييم وأيضاً عند حساب العائد الاقتصادي المتوقع تحقيقه.

ويمكن التمييز بين أعمار مختلفة لأي مشروع كالتالي:¹

✓ **العمر الطبيعي:** ويعبر عن عمره الافتراضي بناء على فرضية استمرار المشروع والمحددة في العقد التأسيسي.

✓ **العمر الفني:** يشير على الفترة التي يستمر فيها المشروع في الإنتاج مع استمرار عملية الصيانة بغض النظر عن العائد الاقتصادي الصافي المحقق.

✓ **العمر الاقتصادي:** ويعبر عن الفترة التي يكون فيها تشغيل المشروع مجدياً اقتصادياً.

وتجدر الإشارة إلى وجود فرق أساسي بين العمر الفني والعمر الاقتصادي، ويتمثل في أنّ العمر الفني لا يتأثر بتقادم خدمات المشروع وتقدم طرق تقديمها وارتفاع تكلفة الصيانة، على عكس العمر الاقتصادي الذي يتأثر بالعناصر السابقة، حيث ينتهي العمر الاقتصادي بتحول الطلب إلى منتجات حديثة ذات خدمات مبتكرة فنياً وأوفر اقتصادياً.

وبصفة عامة فإنّ استعمال مدة حياة المشروع لغرض التقييم في الغالب تعتمد على اختيار أقصر فترة من الفترات السابقة.

3- **القيمة المتبقية:** وتشمل قيمة الأصول المتبقية في نهاية العمر الفني المتوقع، والتي تعتبر كتدفق نقدي داخل إلى خزينة المؤسسة وذلك بعد احتساب الأثر الضريبي على فوائض القيمة.

4- **التدفقات النقدية الصافية:** حيث يمثل صافي التدفقات النقدية الفرق بين التدفقات النقدية الداخلة. التدفقات النقدية الخارجية حيث يتضمن كلاهما ما يلي:²

التدفقات النقدية الداخلية: وتتضمن:

✓ الإيرادات السنوية المحصلة: وتتمثل خاصة في المبيعات السنوية المتوقعة للمشروع خلال عمره الفني، والتي تكون محل تحصيل.

✓ قيمة رأس المال العامل في نهاية العمر الفني المتوقع: ويتضمن قيمة المخزون المتبقي.

1 عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسة الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية مع مشروعات BOT، الدار الجامعية، ط2، الاسكندرية، 2001، ص 127، 128.

2 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية وقياس الربحية التجارية والقومية، مكتبة الإشعاع الفنية، مصر، 2000، ص ص 219-235.

✓ قيمة المتبقي من الأصول.

التدفقات النقدية الخارجية: وتتضمن ما يلي:

✓ التكاليف الاستثمارية.

✓ التكاليف الجارية السنوية (تكاليف التشغيل).

✓ الفوائد على القروض الاستثمارية.

✓ أقساط القروض.

✓ الضرائب المباشرة على الدخل.

وتجدر الإشارة أنه لا يدخل في حساب التدفق النقدي الصافي الإيرادات والمصاريف المؤجلة، وكذا المصاريف الوهمية كالإهلاكات فهي تسجل محاسبا ولا تقتطع نقديا، ويمكن حساب صافي التدفقات النقدية وفق العلاقة التالية:¹

$$CF=(R_t - D_t - Am) (1-T) + AM$$

الضريبة على الأرباح: T ، الاهتلاك: Am ، التدفقات السنوية: D_t ، الإيرادات السنوية: R_t ، التدفق النقدي الصافي: Cf .

إذا فمّن أجل القيام بعملية التقييم المالي للمشروع، يتم الاعتماد على منظور التدفقات النقدية القائم على المقارنة بين المدفوعات النقدية والمقبوضات النقدية بدلا من الاعتماد على المنظور المحاسبي القائم على فكرة مبدأ الاستحقاق من خلال المقارنة بين الإيرادات والتكاليف.²

وعليه فإن تقييم الربحية التجارية لأي مشروع سياحي يتطلب إبراز المنافع المالية والاقتصادية والتكاليف التي يتحملها ملاكها، في مقابل الحصول على تلك المنافع، وفي سبيل تحقيق ذلك يتم تحليل مخرجات نتائج الدراسات الأخرى للوصول إلى جدول التدفقات النقدية للمشروع عبر العمر الافتراضي له حيث يساعد هذا الجدول المحللين الماليين لمعرفة ما إذا كان المشروع المقترح إقامته له ربحية تجارية أم لا.

المطلب الثالث: مكانة تحليل التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات السياحية.

1 Abde Lfettah Bouri , **Gestion Financière** , imprimerie reliure, sfax, 2007, p85.

2 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 470.

بوجه عام يتم استخدام مدخل التدفقات النقدية في مجال تقييم ربحية المشروعات الاستثمارية وذلك بدلا من الاعتماد على مدخل الأرباح المحاسبية لتلافي عديد من المشاكل المحيطة بتفسير وقياس نتائج العمال الدورية المحاسبية لمنشأة الأعمال والتي تعتمد أساسا على أساس الاستحقاق.

ولأهمية هذا المدخل وكذا الإعتبارات التي يتعين أخذها في الحسبان عند استخدام وتحليل التدفقات النقدية لأغراض تقييم المشروعات الاستثمارية السياحية، فإنه يتعين بيان مفهوم وأهمية هذا المدخل في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية السياحية، وكيفية التنبؤ بهذه التدفقات، بالإضافة إلى الأسس التي يقوم عليها هذا المدخل في قياس التدفقات النقدية للمشاريع الاستثمارية، وأيضا لا بد من معرفة المشاكل المرتبطة بقياس التدفقات النقدية للمشروع.

أولا- مفهوم وأهمية مدخل التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات السياحية:

يختلف مفهوم التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية بصفة عامة ومنها السياحية عن مفهوم التدفقات النقدية المستخدمة في المجال المحاسبي والذي يعتمد بشكل أساسي على مفهوم الأساس النقدي، حيث يعكس المفهوم الأول الأحداث المتوقع حدوثها في المستقبل، باعتبار أنها تلك المرتبطة باقتصاديات تشغيل الاستثمار (نفقات استثمارية وعوائد نقدية صافية سنوية)، بدلا من مفهوم التدفقات النقدية المستخرجة من القوائم المالية التي تعبر عن تحليل أو تقييم الأداء عن الفترات الماضية ولا تمتد تفسيراتها وتحليلاتها إلى المستقبل.

وبالنظر لذلك يتعين علينا الوقوف على مفهوم وأهمية التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية.

1- مفهوم التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات:

يتطلب تنفيذ أي مشروع ومنه المشروع السياحي إنفاق مبالغ نقدية كما يترتب على تشغيله تحقيق وإنفاق موارد نقدية فيما يعرف بالتدفقات النقدية، والتدفقات النقدية قد تكون خارجة مثل الإنفاق الاستثماري للمشروع والمصروفات الدورية التي يستعملها (تكاليف التشغيل)، وقد تكون خارجة مثل الإيرادات النقدية التي يحققها المشروع وأهمها على الإطلاق إيرادات المبيعات النقدية ويرتكز مفهوم التدفقات النقدية الداخلة والخارجة للمشروع على الأساس النقدي الذي يهتم فقط بالإيرادات

والتكاليف النقدية التي تحصل أو تنفق في فترات معينة أما الجزء المستحق خلال الفترة فلا يدخل ضم التدفقات النقدية إلى الفترة التي يتم تحصيله فيها كإيراد أو إنفاقه كمصروف.¹

ففي مجال تقييم المشروعات الاستثمارية فإن مفهوم التدفقات النقدية يرتبط بتقديرات العناصر النقدية المستقبلية لاقتصاديات المشروعات او المدخلات والمخرجات النقدية المستقبلية لتلك المشروعات أي أنه ليس من الضروري أن يتكافأ مقدار صافي التدفق النقدي مع صافي الربح المحاسبي تلك الحالة حيث لا ينصب الاهتمام في ذلك الموقف على تحديد الإيرادات والتكاليف بالمفهوم المحاسبي المعروف أي طبقاً لأساس الاستحقاق.²

ويقوم تقييم المشروعات بصفة أساسية على مفهوم التدفقات النقدية التي يتحملها المشروع ويتم في إطار الخطوات التالية:³

1- **تحديد التدفقات النقدية السنوية الخارجة:** وهي التدفقات النقدية التي يترتب عليها خروج نقديته من المشروع سواء تعلقت بالتكاليف الاستثمارية للمشروع أو التدفقات النقدية الخارجة الجارية السنوية ممثلة في الإنفاق الجاري الذي يستلزمه تشغيل المشروع طوال عمره المتوقع.

2- **تحديد التدفقات السنوية الداخلة:** وتتمثل في الإيرادات أو الموارد النقدية التي تتدفق إلى المشروع من بيع منتجاته أو تقديم خدماته للغير إلى جانب إيرادات نقدية أخرى كالقيمة البيعية المتوقعة للمشروع في نهاية عمره الاقتصادي.

3- يسمى عائد طرح التدفقات النقدية السنوية الخارجة من التدفقات السنوية الداخلة بصافي التدفقات النقدية السنوية.

إذا فصافي التدفقات النقدية للمشروع يمثل الفرق بين المدخلات والمخرجات النقدية سواءاً خلال فترة الإنشاء والتجهيز أو خلال العمر الإنتاجي المتوقع وهو استناداً لهذا المفهوم لا يتساوى بالضرورة مع صافي الربح المحاسبي.⁴

1 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 416.

2 أمين السيد أحمد لطفي، دراسة جدوى المشروعات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 139.

3 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 416-417.

4 سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 225.

إذا فمفهوم التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية يرتبط بتقديرات العناصر النقدية المستقبلية لتلك المشروعات، أي أنه ليس بالضرورة أن يتساوى صافي التدفق النقدي مع صافي الربح المحاسبي، وهذا راجع إلى أن مفهوم صافي الربح المحاسبي يستند إلى مجموعة من المبادئ والأسس المحاسبية أهمها مبدأ الاستحقاق والتكلفة التاريخية، حيث يتم ربط الإيرادات والتكاليف وفق هذا المفهوم بالفترة التي تستحق عنها أو تخصها، الشيء الذي يجعل من مفهوم الربح المحاسبي معياراً لا يصلح لتقييم المشروعات.

2- أهمية مدخل التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية:

إن الاعتماد على مفهوم التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية مقارنة بمفهوم الربحي المحاسبي يكتسي أهمية بالغة في نجاح عملية التقييم يمكن إيجازها في العناصر التالية:

- إن استخدام مفهوم التدفقات النقدية يؤدي إلى التوصل إلى نتيجة أعمال تقديرية وحيدة لا تختلف من محلل إلى آخر خلال العمر المقدر للمشروع الاستثماري، على العكس من استخدام مفهوم الربح المحاسبي الذي قد يختلف حسب اختلاف الطريقة أو البديل المحاسبي المستخدم في التوصل لرقم نتيجة الأعمال، من هنا يختلف قرار المستخدم في التوصل لرقم نتيجة الأعمال، من هنا يختلف قرار المستخدم في التوصل لرقم نتيجة الأعمال، من هنا يختلف قرار قبول أو عدم قبول المشروع على طريقة القياس المحاسبي المستخدمة في قياس الربح وهذا لا يعد أمراً مقبولاً.

ومما لا شك فيه أن طريقة القياس المحاسبي للربح تختلف من فترة لأخرى داخل المؤسسة الواحدة، كما قد تختلف المؤسسات فيما بينها حول أسس قياس صافي الربح المحاسبي، إلا أنّ استخدام مفهوم التدفقات النقدية يضمن عدم وجود تلك المشكلة، حيث أنه يسفر عن نتيجة أعمال لا تختلف بشأنها الآراء.¹

- إن مفهوم التدفقات النقدية يأخذ في الاعتبار تلقائياً توقيت التدفقات النقدية الخارجة والداخلية، وبالتالي لا يتجاهل معيار القيمة الزمنية للنقود، في حين يتجاهل مفهوم صافي الربح القيمة الزمنية للنقود كونه يركز أساساً على التكلفة التاريخية والاستحقاق المحاسبي²، وتبعاً لذلك يفضل استخدام مدخل التدفقات النقدية في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية، فقيمة العملة اليوم تختلف عنها بعد سنة أو أكثر.

1 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 142، 143.

2 عاطف ووليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 417.

- إنّ الاعتماد على صافي التدفقات النقدية في قياس نتائج الأعمال المتوقعة سوف يتفادى العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه استخدام صافي الربح المحاسبي مثل مشاكل تقدير المخصصات والاحتياطات الإلزامية والتحميلية أو تقدير الخسائر السوقية المتوقعة¹، إذ أنّ النتيجة الحتمية لتباين الأساليب المحاسبية لمعالجة هذه المشاكل هي تباين أسس قياس صافي الربح المحاسبي من مشروع لآخر ومن فترة لأخرى، وفي مقابل ذلك لا يواجه مفهوم التدفقات النقدية التي يستند على الأساس النقدي هذه المشاكل، وتبعاً لذلك يفضل استخدامه في مجال تقييم المشروعات الاستثمارية.

- إنّ مفهوم التدفق النقدي يختلف من وجهة نظر المشروع والمساهمين فيه ضمن وجهة نظر المساهمين فالتدفقات النقدية عبارة عن كل التدفقات النقدية سواء كان مصدرها العروض أو المساهمات ويتم إعدادها بهدف حساب العائد عليها، أما من جهة نظر المشروع فيتم استيعاد القروض كتدفقات نقدية داخلية والأقساط والفوائد المترتبة كتدفقات نقدية خارجية حتى يمكن حساب العائد على أموال المساهمين²، وبالتالي استخدام مفهوم التدفقات النقدية يمكن من تحليل ربحية الاستثمار بمعنى ربحية الموارد المستخدمة في المشروع، ويمكن أن يتم ذلك من وجهة نظر المشروع ذاته بغض النظر عن طريقة التمويل أو من وجهة نظر أصحاب رأس المال سواء المملوك أو مقترض.

- استخدام مفهوم التدفقات النقدية يمكن من تحليل سيولة الاستثمار، ويقصد بذلك تحليل هيكل التمويل والسيولة لضمان أنّ التمويل المتاح سوف يسمح بتنفيذ المشروع وتشغيله دون حدوث أي عجز نقدي أي التأكد من مقدرة المشروع على سداد التزاماته اتجاه الغير كسداد أقساط القروض والفوائد المستحقة عليها... الخ. ودراسته المصادر المختلفة التي يمكن من خلالها تغطية أي عجز محتمل في السنوات المستقبلية فلا يمكن قبول المشروع الاستثماري لمجرد تحقيقه لمعدلات عائد مرغوب في تحقيقها وإنما يتطلب الأمر التأكد من توافر السيولة الكافية خلال فترة إنشاء المشروع الاستثماري وتشغيله.³

انطلاقاً مما سبق واستناداً لمفهوم صافي التدفقات النقدية وأهميته يصبح مغزى الاستثمار بالنسبة للمستثمر هو ما يمكن الحصول عليها من عائد نقدي على استثماره الأساسي الذي يموله المستثمر وليس على أي مصدر تمويلي آخر، وللوصول عملياً إلى المفهوم السابق لصافي التدفقات النقدية يستلزم منا استعراض مكوناته من خلال عملية التنبؤ الخاصة بها.

1 سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 225.

2 حكمت أحمد الراوي، البعد المحاسبي لجدوى تقييم المشروعات الاستثمارية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2000، ص 141.

3 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 144.

ثالثاً: مكونات التدفقات النقدية للمشروعات السياحية.

تعتبر التدفقات النقدية عن السلسلة الكاملة لصافي المقبوضات والمدفوعات النقدية الخاصة ببداية قرار الاستثمار، حيث يجب التعبير عن المقبوضات والمدفوعات بكل مشروع في صورة تدفقات نقدية داخلية وخارجية ولا تتطابق هذه التدفقات النقدية الداخلة والخارجة مع الإيرادات والتكاليف وفقاً للمفهوم المحاسبي، وعند تحديد التدفقات النقدية للمشروع الاستثماري السياحي يمكن التمييز بين نوعين من التدفقات:

1- التدفقات النقدية الخارجة.

يتم تقدير هذه التدفقات بالاعتماد على مصادر متعددة كالتصاميم الهندسية للمنشآت السياحية ومخططات التهيئة والخرائط التنفيذية المتعلقة بإنجاز المشروع، وكذا الفواتير الولية أو الشكلية من موردي تجهيزات المرافق السياحية التي يتطلبها المشروع، ومتعهدي الإنشاءات وغيرها، ويتكون إجمالي التدفقات النقدية لأي مشروع من مكونات رئيسية وهي: التكاليف الاستثمارية، التكاليف التشغيلية.

أ- التكاليف الاستثمارية: وهي التكاليف التي تنفق في الفترة من لحظة ظهور فكرة المشروع وحتى انتهاء تجارب التشغيل، حيث يرصد كل ما ينفق قبل بدأ تشغيل المشروع فيما يسمى بالنسبة الصفرية وهي وصف مجازي للفترة التي تستغرقها عملية إخراج المشروع للوجود وقد تستغرق سنة أو أكثر، إلا أنها تظهر في جدول التدفقات النقدية باعتبارها سنة أين تضم مجموع الإنفاق في هذه الفترة والذي تحصل من خلاله على صافي التدفقات النقدية.¹

وتسمى هذه التكاليف كذلك بالاستثمار المبدئي أي جميع الإنفاقات اللازمة للإقامة المشروع السياحي مضاف إليها التكاليف اللاحقة والمحتملة في حالة التطوير والتوسيع.² و تشمل التكاليف الاستثمارية عموماً كافة التكاليف اللازمة لتأسيس المشروع السياحي وتجهيزه بما في ذلك مصاريف ما قبل التشغيل، حيث تتكون التكاليف الاستثمارية لأي مشروع سياحي من عنصرين أساسيين هما: تكلفة الاستثمارات الثابتة، وتكلفة رأس المال العامل.³

1/ تكلفة الاستثمارات الثابتة: وتتكون من تكاليف الإنشاءات والتجهيزات حيث تتضمن التكاليف الهندسية وتكلفة شراء الأرض وتجهيتها، وتكلفة المباني والإنشاءات والمعدات والآلات والتجهيزات

1 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 226، 227.

2 محمد دياب، مرجع سبق ذكره، ص 86.

3 محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الحلاق، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار البيزوري العملية، عمان، 2013، ص 173.

والمفروشات، وتكاليف مرافق الخدمات الضرورية الملحقه بالمشروع السياحي (مواقف سيارات، دورات مياه...)، والتي تشمل في مجملها رأس المال اللازم لإنشاء مرافق المشروع أو المنشأة السياحية.¹

وتشمل التكاليف الثابتة للمشروع السياحي جمع الأصول الخاصة بالمشروع منقولة أو غير منقولة، مادية وغير مادية، وبحيث يكون اقتناؤها لأغراض الاستثمار ويتكون من:

- الأرض: الثمن، رسوم التسجيل، المبيع... الخ.
- المبنى الأساسي للفندق، مباني الخدمات، مباني إدارية، أعمال الموقع، ممرات، دورات.
- تجهيزات فنية وتقنية: أبواب للنجدة، مصاعد، أجهزة تهوية.
- تجهيزات وظيفية: شبكات هاتف، فاكس، إنترنت... الخ.
- وسائل نقل: داخل المرفق وخارجه، سيارات، عربات، قوارب... الخ.
- نفقات التأسيس: وهي كافة المبالغ التي تنفق للحصول على خدمات مرتبطة بعملية إنجاز المشروع إلى حيز الاستثمار، مثل نفقات التسجيل والاستثمار، مثل نفقات التسجيل والاستثمار ومصروفات الدراسة الاقتصادية والتدريب وغير ذلك.
- الأصول الثابتة المعنوية: ممثلة في تكاليف الرخصة، والعلاقات التجارية وحق الامتياز، وشهرة السلسلة الفندقية.
- تأمينات لدى الغير (قابلة للاسترداد): سائر التأمينات المدفوعة والمودعة لدى الغير (تأمينات عقود الخدمات - تأمين البريد... الخ).²

ويتضمن رأس المال الثابت تقديرات قيم سائر الأصول المبنية وغير المبنية، المادية أو المعنوية، التي ينتظر تملكها من قبل المشروع على أن يكون شراؤها ليس بقصد إعادة بيعها على حالها، وتكون الأصول الثابتة عادة طويلة الأجل إذ أنه من المتوقع أن تزود المشروع السياحي بخدمات لعدد من السنوات أي أنّ الأصل الثابت يمكن النظر إليه على أنه بمثابة مخزون منافع مستقبلية، وباستثناء الأراضي فإنّ المنافع التي يحصل عليها المشروع من الأصول الثابتة تأخذ في النقصان خلال العمر الفني المقدر لتلك الأصول.³

1 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 227، 228.

2 مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 291.

3 مسعد محمود الشراوي، مبادئ المحاسبة المالية، ج2، المكتبة العصرية، مصر، 2006، ص 17.

ويتم قياس تكلفة اقتناء الاستثمارات الثابتة على أساس التكلفة الإجمالية التي تتضمن المكونات التالية: سعر حيازة الأصل شاملا الرسوم الجمركية إن وجدت، والضرائب غير المسترجعة وتكاليف النقل والتركيب، وأية تكاليف أخرى لازمة لتجهيز الأصل مثل الإعداد قواعد لتثبيت الأصل، والملحقات اللازمة للترتيب والتشغيل مضاف إليها التكاليف غير المباشرة المتعلقة بمصاريف التأمين، وتكاليف التجريب ومصاريف التدريب والسفر وغيرها من تكاليف إدارة إنشاء المشروع السياحي.¹

2/ تكاليف رأس المال العامل لدورة التشغيل الأولى:

وتتضمن كافة بنود الإنفاق اللازمة لتمويل احتياجات المشروع خلال الفترة الأولى لتشغيله حتى يعطي قدرا من الإيرادات تكفي لمقابلة استمرار هذا التشغيل، بعبارة أخرى رأس المال العامل هو مقدار الأصول المتداولة اللازمة لتشغيل المشروع في بداية نفاذه لدورة واحدة، وعليه فإنّ تكلفة رأس المال العامل لدورة التشغيل الولي تشمل على تلبية تكاليف احتياجات المشروع بمختلف أنواعها مما يمكن من تشغيله خلال دورة التشغيل والتحصيل الأولى، مضاف إليها الاحتياط النقدي أو السيولة النقدية الإضافية المخصصة لمواجهة مصاريف طارئة، كأجور العمال أو ارتفاع أسعار بعض الخدمات وغيرها.²

ب- التكاليف التشغيلية:

إذا كانت التكاليف الاستثمارية تمثل تكلفة توفير الطاقة اللازمة للمشروع الاستثماري فإنّ التكاليف التشغيلية تمثل تكلفة تشغيل استخدام هذه الطاقة، فالتكاليف التشغيلية هي تلك التكاليف اللازمة لتنفيذ برنامج تشغيل المشروع السياحي في كل سنة من سنوات التشغيل بهدف الحصول على خدمات ومنافع تؤدي في النهاية إلى الحصول على إيرادات التشغيل المتوقعة واستغلال طاقة المشروع.³ ومن ثمّ فإنّ التكاليف الاستثمارية هي بمثابة تكاليف رأسمالية يتحقق من خلالها التكوين الرأسمالي للمشروع ممثلا في الأصول الثابتة، أمّا التكاليف التشغيلية فتمثل التكاليف الجارية التي يترتب عليها تحقيق الإيرادات، كما أنّ التكاليف الاستثمارية تحسب في سنة أو سنوات الإنشاء فقط في حين يتم حساب التكاليف التشغيلية في كل سنة من سنوات العمر الافتراضي للمشروع.⁴ وتتضمن تكاليف الأجور، مستلزمات السلسلة الفندقية من إ طعام، نقل، صيانة وأمن، تصنيف وتحديث... إلخ.

1 محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الحلاق، مرجع ذكره، ص174.

2 عبد المطلب عبد المجيد، دراسات الجدوى الاقتصادية، لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 231.

3 أمين السيد أحمد لطفى، مرجع سبق ذكره، ص149.

4 إسماعيل أحمد عصر، الدراسة المالية لجدوى المشروعات الاستثمارية، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص89، 90.

- ويتم تقدير هذه التكاليف النقدية الخارجة على ضوء البيانات والمعلومات التي يحصل عليها الخبراء المليون من فريق العمل القائم بالدراسة الفنيّة والمالية للمشروع السياحي، حيث يجب أخذ بعين الاعتبار عند تقدير التدفقات النقدية الخارجة أن الاستثمار السياحي يمتاز ب:¹
- أنّ نسبة عالية من التكلفة المستثمرة هي تكلفة ثابتة، حيث تتراوح نسبتها بين 75% إلى 85%، أمّا التكلفة المتغيرة فتتراوح نسبتها ما بين 15-25% من المجموع الكلي للمبالغ المستثمرة.
 - أنّ المنتج السياحي قابل للتلف وبمعنى آخر يجب على المستثمر إعداد دراسة وافية لحجم الطلب المتوقع ومميزاته، حيث أنّ الخدمات المستغلة مثل غرف في الفندق، المسبح، السونا،... إلخ لا يمكن خزنها إلى موسم الذروة السياحية، وأنّ عدم إشغالها يعني خسارة المشروع السياحي.
 - يجب على المستثمر أن ينتبه إلى نوعية وحجم المنتجات التي يخلقها الاستثمار لها مكان ثابت ولا يمكن نقلها لتتبع حركة الزبائن أينما وجدوا.
 - أنّ المبالغ المستثمرة لخدمات الإيواء تحتاج إلى مختصين لتقديرها، خاصة في فنادق الدرجة الممتازة التي تحتوي على أنواع مختلفة من المطاعم والخدمات الترويجية كالمساح ومراكز اللياقة البدنية والساحات الرياضية بالإضافة إلى تقديمها لخدمة الإيواء، وهذا يعني أن كلفة إنشاء الفنادق تختلف بحسب حجمها وصنفها أولاً ونوع المواد المستخدمة وحجم الخدمات المقدمة ومراحل التنفيذ، حيث أنّ مرحلة انتهاء العمل من بناء الفندق تشكل حوالي ثلثي مجموع المبالغ المستثمرة بينما تشكل نسبة الخدمات العامة والتأثيث والديكور بقية مبالغ الاستثمار.
- ب- التدفقات النقدية الداخلة:** وهي الإيرادات المتوقعة من نشاط المشروع السياحي ومختلف العوائد الأخرى بما فيها القيمة البيعية لأصول المشروع السياحي في نهاية عمره الافتراضي، إذ تشمل التدفقات النقدية الداخلة للمشروعات السياحية العديد من البنود، التي تختلف باختلاف طبيعة النشاط أو الخدمة التي يقدمها المشروع السياحي، ويمكن ذكر أهم هذه التدفقات فيما يلي:

1- إيرادات تشغيل المشروع السياحي: وهي أهم عنصر من عناصر التدفقات الداخلة، ويعبر عنها بطاقة استغلال المشروع السياحي خلال السنة، من خلال نسبة شغل مرافقه وعدد الليالي السياحية وحجز الأسرة ومختلف المرافق الأخرى بناءً على دراسات السوق ومتغيرات الموسمية وحساسية النشاط السياحي، حيث يحتاج هذا النوع من الإيرادات أساليب عالية الدقة من التنبؤ في المجال السياحي والخدمي، حيث تخضع لمؤثرات ومتغيرات تخرج غالباً عن نطاق الإدارة، وهذا بعكس بعض العناصر

1 موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 217، 218.

الأخرى التي يمكن للإدارة التحكم فيها، وكلما كانت التقديرات دقيقة كلما ساعد ذلك على الوصول إلى نتائج تقييم صحيحة، وهناك العديد من الإيرادات الأخرى التي تحققها المشروعات السياحية والتي تختلف باختلاف نوعها وطبيعتها نذكر منها:

- الترخيص للمؤسسات باستخدام العلامات والشعارات الخاصة بالمشروع السياحي.
- إقامة المعارض السياحية التجارية ودورات التخميم.
- إعلانات وإشهارات الخدمات المكتملة بالمرفق السياحي.
- مداخيل المطاعم والأكشاك المستقلة الداخلة في تصميم المشروع وخدمات النقل الملحقه.
- إيجار المحلات التجارية والمرافق التكميلية للمشروع السياحي.
- المشاركة في سياحة الأعمال وإيجار المشروع أو جزء منه لمؤسسات مشابهة أو لمؤسسات اقتصادية بغرض استغلالها في نشاطها.

واحتساب حجم العوائد الكلية يعتمد أساسا على فترة اشتغال المشروع "طول الموسم السياحي" وتحديد حجم الطلب المتوقع "عدد الضيوف" خلال فترة الذروة السياحية وخلال فترة الكساد أيضا أو الاعتماد على المعدل الفصلي والذي بموجبه يتم الحصول على مؤشر موسمية ليالي المبيت ومؤشر موسمية التدفق السياحي لأهميتها في تحديد حجم عوائد المشروع¹.

2- القيمة البيعية لأصول المشروع في نهاية عمره الافتراضي: بعد انقضاء العمر الافتراضي لأي مشروع ينتج عنه قيمة متبقية ناتجة عن قيمة أصوله، هذه الأخيرة يتحدد سعرها في السوق و يحصل أصحاب المشروع عن طريق بيعها على تدفق نقدي داخل ترصد قيمته ضمن التدفقات النقدية الداخلية في السنة الأخيرة من العمر الافتراضي للمشروع².

3- القروض: حيث يمثل هذا البند أحد الموارد الهامة التي تصب كتدفقات نقدية داخلة للمشروع السياحي، خاصة إذا كان المشروع السياحي يتجه إلى الاعتماد على القروض بنسبة كبيرة في هيكل التمويل، الأمر الذي يبقى متوقفا على تكلفة التمويل بالقرض مقارنة بباقي تكلفة مصادر التمويل.

4- إيرادات أخرى: حيث من الممكن أن تحقق بعض الإيرادات من استغلال المشروع السياحي أثناء تجارب التشغيل أو لحدث استثنائي، كما يمكن لبعض الأنشطة العرضية أن تحقق بعض الإيرادات قبل

1 موفق عدنان، مرجع سبق ذكره، ص 220- 222.

2 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 222.

بداية العمر الافتراضي للمشروع، وعليه يجب أخذ هذه الإيرادات الاستثنائية بعين الاعتبار عند حساب التدفقات النقدية الداخلة للمشروع¹.

وحتى تكون عملية التنبؤ بهذه التدفقات النقدية الداخلة سليمة لا بد أن تكون مبنية على أساس دراسة مستفيضة للسوق السياحي وحساسية وكذا حجم الطلب ونوع التمويل المرصود.

ثالثاً: أسس قياس التدفقات النقدية للمشروعات السياحية:

هناك العديد من الأسس والاعتبارات التي يتعين أخذها بعين الاعتبار عند قياس التدفقات النقدية لأغراض تقييم المشروعات الاستثمارية لعل أبرزها مايلي:

1- تقدير تلك النفقات يجب أن يكون قاصراً على المبالغ التي تم تحصيلها فعلاً وتاريخ التحصيل والمبالغ التي يتم دفعها فعلاً في تاريخ الدفع.

2- يجب أن يراعى عند تقدير التدفقات النقدية أخذ أثر التضخم في الحساب.

3- يجب أن يراعى عند تقدير التدفقات النقدية القيمة الزمنية للنقود².

4- يعتبر مصروف الاهتلاك مصروفاً دفترياً وليس نقدياً، وذلك لا يدخل ضمن التدفق النقدي الخارجي.

5- عند حساب صافي التدفق النقدي يضاف القيمة البيعية للأصول القديمة للتدفق الداخلي في نسبة الإحلال بينما تدخل تكلفة الأصول الجديدة ضمن التدفق الخارجي من هذه الأصول.

6- عند حساب الضريبة يراعى أنّها تحسب على صافي الربح المحاسبي بمعنى الفرق بين الإيرادات والتكاليف بما فيها مصروف الاهتلاك.

7- يدخل رأس المال العامل والزيادة فيه ضمن التدفق النقدي الداخلي في نهاية حياة المشروع.

8- عادة ما يتم التفريق بين التدفقات النقدية التي تأخذ أثر التغير في الأسعار في الحساب وتلك التي لا تعيره اهتماماً ليصبح أمامنا نوعين من التدفقات:

أ- **تدفقات نقدية إسمية** لا تأخذ أثر التغير في الأسعار في الحساب وهناك يكون صافي التدفق النقدي

الإسمي = التدفق السنوي الداخل - التدفق السنوي الخارج.

1 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، المرجع السابق، ص 225.

2 قاسمي ناجي حمدي، مدخل نظري وتطبيقي في أسس إعداد دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، ج 1، دار المناهج، عمان، 2001، ص 146.

ب- **تدفقات نقدية حقيقية** وهي تأخذ أثر التغير في الأسعار في الحساب وهنا يكون صافي التدفق

$$\text{النقدي الحقيقي} = \text{صافي التدفق الاسمي} \div \text{الرقم القياسي للأسعار}^1$$

9- عند تقييم المشروعات الاستثمارية يتعين إدراج تكلفة الفرصة البديلة ضمن تكاليف المشروع الاستثماري وذلك بإضافتها إلى التدفقات الخارجة من المشروع وهي التدفقات التي حرمت المؤسسة من الحصول عليها نتيجة تنفيذ المشروع محل الدراسة⁽²⁾.

10- تختلف مكونات التدفقات النقدية الداخلة والخارجة باختلاف وجهة النظر المتبعة في إعداد قوائم التدفقات النقدية ووفقا للغرض من تقييم المشروع الاستثماري، حيث أنّ الهدف من التقييم أساسا ليس تعظيم أهداف المشروع في حد ذاته، وإنما أيضا تعظيم مصالح كافة الشركاء على حد سواء، ومن ثم فعند إجراء التقييم يراعى إعداد تقديرات التدفقات النقدية للمشروع من خلال وجهات نظر مختلفة، حيث يتم حساب التدفقات النقدية من وجهات نظر المشروع ذاته، ثم حساب التدفقات النقدية من وجهة نظر كل شريك³.

11- مراعاة عدم وضع قيمة الضرائب خلال السنوات الأولى المعفاة من الضريبة بموجب أحد القوانين المشجعة للاستثمار السياحي، ثم حساب الضرائب المستحقة بعد انتهاء سنوات الإعفاء ثم ضمها للتدفقات النقدية الخارجة⁴.

وعليه فإنّ استخدام أسلوب التدفقات النقدية في المفاضلة بين البدائل الاستثمارية في قطاع السياحة يتطلب استخدام نماذج تنبؤ متطورة تقيس التدفقات النقدية لفترة زمنية طويلة مستقبلية، ذلك أنّ نجاح المشروع السياحي يعتمد على تقدير نشاط المشروع في المستقبل وليس على نشاطه في الفترة الماضية، نظرا لحساسية الاستثمار السياحي وتطلبه لاستثمارات كبيرة مقابل طول مدّة تحقيقه للعوائد.

رابعا: مشاكل قياس التدفقات النقدية:

يترتب على وجود الفاصل أو البعد الزمني بين فترة حدوث الإنفاق الاستثماري وفترة اكتمال الحصول على العوائد المتوقعة وجود ثلاثة مشاكل هامة تؤدي إلى صعوبة وتعقد التنبؤ بالتدفقات النقدية:

1 حنفي زكي عبيد محمد، محاضرات في المنهج العلمي في تقويم المشروعات الاستثمارية، مركز التعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص128.

2 مبارك لسوس، تقييم المشروعات الاستثمارية في قطاع الري بالجزائر، مرجع سبق ذكره، ص160.

3 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص145، 146.

4 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص243.

1- القيمة الزمنية للنقود وأثرها على التدفقات النقدية:

إنّ قيمة النقود تتأثر بعنصر الوقت، إذ تختلف قيمتها من فترة زمنية إلى أخرى فلا يمكن القول بأنّ تحصيل مبلغ معيّن في السنة الأولى من حياة المشروع، هو متساوي مع تحصيل نفس المبلغ في السنة الخامسة، إذ أنّ تحصيل مبلغ 1000 دج مثلاً في الفترة الحالية، أفضل بكثير من تحصيل نفس المبلغ بعد أربع سنوات، لأنّ تحصيل المبلغ الآن يتيح للمؤسسة فرصة إعادة استثماره، والحصول على عوائد أو فوائد¹.

إنّ مدى تأثير قيمة النقود بعنصر الزمن، يتحدّد عن طريق ما تستطيع أن تكتسبه النقود أو الموارد، من خلال استخدامها في الفرص البديلة للاستثمار، أو بمعنى آخر تقدير العوائد التي تم الاستغناء عنها في سبيل استخدام هذه النقود أو الموارد في المشروع بدلاً من استخدامها في فرص الاستثمار البديلة المتاحة الأخرى².

ف عند تقييم مشروع استثماري ما، ينبغي تجميع التدفقات النقدية الداخلة، وإيجاد قيمتها في لحظة معينة، وذلك باستخدام أسلوب القيمة الحالية، حيث يتم خصم التدفقات النقدية المختلفة، وإيجاد قيمتها الحالية في تاريخ معيّن باستخدام معدل الخصم المناسب الذي تحدّده إدارة المشروع³.

ويتم خصم القيم المستقبلية للنقود بواسطة معدلات الخصم، وتجد جداول معدّة من طرف البنك الدولي للإنشاء والتعمير تستعمل في خصم القيم المستقبلية للنقود، حيث ينتج عن ذلك القيمة الحالية لوحدة النقد عند سنة معيّنّة وأساس حساب هذه المعاملات يتم بواسطة الصيغة التالية⁴:

$$C_0 = C_n \times \frac{1}{(1 + i)^n}$$

C_0 : القيمة الحالية للنقود المستقبلية.

C_n : القيمة المستقبلية.

i : سعر الخصم معدل القيمة الحالية.

1 مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، مرجع سبق ذكره، ص 259.

2 دريد كامل آل شبيب، الاستثمار والتحليل الاستثماري، دار اليازوري، عمان، 2009، ص 67.

3 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 169.

4 مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، مرجع سبق ذكره، ص 260.

n: رقم السنة المستقبلية.

$\frac{1}{(1+i)^n}$: هي معامل الخصم، أي المعامل الذي إذا ضرب في قيمته النقدية المستقبلية يعطي

القيمة الحالية لها، وبالتالي فإنّ القيمة المستقبلية للنقود تحدث لها عملية خصم.

إذا فاستخدام مفهوم القيمة الحالية للنقود يمكننا من توحيد أسس القياس ومن ثمّ أسس

المقارنة بين التدفقات النقدية السنوية الصافية وبين التدفقات النقدية الاستثمارية، حتى يتسنى لنا

إجراء المقارنة بشكل سليم.

2- التضخم وأثره على التدفقات النقدية:

من الأمور المسلم بها تأثر اقتصاديات كافة الدول بظاهرة التضخم، وإن كان بدرجات متفاوتة، ولا يعقل لمن يقوم بدراسة وتحليل قرارات الاستثمار طويلة الأجل أن يتجاهل أثر هذه الظاهرة على قراراته الحالية، فالاقتصاد أغلبية الدول يتعرض لتقلبات في أسعار السلع والخدمات نحو الارتفاع والانخفاض، وعندما تكون أسعار معظم السلع والخدمات في اتجاه نحو الارتفاع، معنى ذلك أنّ المستوى العام للأسعار هو في ارتفاع، وأنّ القوة الشرائية للنقود في انخفاض، بمعنى أنّ الاقتصاد تسوده حالة التضخم والعكس صحيح في حالة انخفاض المستوى العام للأسعار، هذا يؤدي إلى ارتفاع القوة الشرائية للنقود، والاقتصاد تسوده حالة "انكماش" فالقوة الشرائية للنقود تتناسب عكسيا مع المستوى العام للأسعار أي:

$$\frac{1}{\text{المستوى العام للأسعار}} = \text{القوة الشرائية للنقود}$$

حيث أنّ ارتفاع مستوى الأسعار من فترة إلى أخرى سوف يترتب عليه اختلاف التدفقات النقدية للمشروع الاستثماري عن بعضها البعض ليس من حيث توقيت حدوثها فحسب (القيمة الزمنية للنقود) وإنما سوف تختلف عن بعضها أيضا من حيث قوتها الشرائية.¹

وعلى هذا الأساس ففي ظل التضخم يتعين تعديل أنماط التدفقات النقدية الداخلة والخارجة بشكل صحيح لتمثيل الآثار التضخمية، لأن عدم إدخال أثر التضخم يؤدي إلى تحليل خاطئ وبالتالي

1 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 174.

يؤثر على جدوى المشروع.¹ ويكون تأثير التضخم على نتائج تقييم المشروعات الاستثمارية في اتجاهين: الأول أن يؤدي إلى صعوبة تقدير التدفق النقدي الصافي للمشروع، لأنّ على الإدارة إلى جانب تقدير جميع عناصر التدفقات النقدية أن تقدر أيضا معدلات التضخم المتوقعة مثل معدلات الزيادة في أثمان عناصر المدخلات والمخرجات، والثاني هو امتداد للأول حيث يمثل معدل العائد لأصحاب رأس المال ويعبر عنه بثمن رأس المال، وتميل هذه المعدلات إلى الارتفاع في حدود نسبة ارتفاع قيمة الأثمان الأخرى، أو في حدود نسبة التضخم المتوقعة.²

ويؤدي التضخم إلى تخفيض القيمة الحقيقية (القوة الشرائية) للوحدة النقدية، مما يترك جملة من الآثار على كافة على كافة التعاملات ذات الطبيعة النقدية. وتحسب القيمة الحقيقية للوحدة النقدية (a) من خلال نسبة هذه الوحدة إلى القيمة المتضخمة لها في السنة المعينة حسب الآتي:³

$$a = \frac{1}{(1 + f)}$$

حيث: F: معدل التضخم.

وعند تقييم المشروع الاستثماري، يتطلب الأمر تحديد صافي التدفقات الاسمية (بدون أخذ معدل التضخم بعين الاعتبار)، ثم تحويل هذه التدفقات النقدية الاسمية إلى تدفقات نقدية حقيقية، وفق العلاقة التالية:

$$\frac{\text{القيمة الاسمية لصافي التدفق النقدي.}}{\text{المستوى العام للأسعار.}} = \text{القيمة الحقيقية للتدفق النقدي}$$

وفي الأخير يتم خصم صافي التدفقات النقدية الحقيقية لإيجاد قيمتها الحالية، ومقارنتها بالتكاليف الأولية (الإستثمارية) للمشروع ومن ثم تحديد ربحيته.⁴

1 Dorel Berceanu, Anca Bandio, **Inflation influence about investment decision**, 2018, [www, oeconomica, uab.ioploo dlucrari 10200 8133.pdf]

2 كوثر عبد الفتاح الأبي، دراسة جدوى الاستثمار في ضوء، أحكام الفقه الإسلامي، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، مجلد 2، عدد 2، 1985 ص 33.

3 طلال كداوي، مرجع سبق ذكره، ص 208.

4 مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، مرجع سبق ذكره، ص 261.

وبصفة عامة لمعالجة ظاهرة التضخم النقدي عند تقييم المشروعات يتم إسقاط تأثير التضخم على كل من الأسعار ومعدلات الفائدة، أي أنّ هذه الإسقاطات تعبر عن القيم الاسمية لكل من الأسعار ومعدلات الفائدة، أي ما يعرف بالأسعار الجارية ومعدل الفائدة الاسمي.¹

وتجدر الإشارة أنّه عند معالجة آثار التضخم على تقييم المشروع يتعين الالتزام بنفس المبدأ في العلاقة بين التدفقات النقدية ومعدل الخصم المستخدمين في التحليل، أي إما أن يكون بالأسعار الحقيقية أي بدون اعتبار لتأثير التضخم عليها، وإما أن يكون بالأسعار الجارية (الاسمية) أي إدخال تأثير التضخم على كل منهما.²

3- المخاطرة وعدم التأكد وأثرها على التدفقات النقدية:

من البديهي أنّ المستثمر يربط قراره الاستثماري بمتغيّرين أساسيين هما: العائد المتوقع في الاستثمار ودرجة المخاطرة، إذ يتعين على المستثمر أن يتنبأ بالعائد ودرجة احتمال تحقق هذا العائد، وفي ضوء تقدير درجة احتمال تحقق العائد تتحدّد درجة المخاطرة، هذه الأخيرة تقاس باحتمال عدم تحقق العائد المتوقع.

وعليه عند القيام بإعداد التقديرات الخاصة بالتدفقات النقدية للمشروع يجب التوقف على الأحداث الاقتصادية وغير الاقتصادية الممكن حدوثها في المستقبل، حيث تظهر مشكلة المخاطر وعدم التأكد التي قد تحول دون الوصول إلى نتائج دقيقة فيما يخص هذه التقديرات، وهي من أهم المشاكل التي تواجه الإدارة عند تقييم المشروعات الاستثمارية.³

ويمكن قياس درجة المخاطرة بالعديد من المقاييس الإحصائية مثل التباين والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف... الخ، حيث ترتبط هذه المقاييس أساساً بالمتوسط أو القيمة المتوقعة للعوائد (التدفقات النقدية) والتي تحسب على ضوء الظروف الاقتصادية المختلفة (رواج، كساد، ظروف طبيعية) واحتمالات حدوثها.

1 أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 175.

2 زهية حوري، مرجع سبق ذكره، ص 197.

3 حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، الوارث للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 69، 70.

المطلب الرابع: التقييم الاقتصادي للمشروعات السياحية "الربحية الاجتماعية"

إنّ التقييم المالي للمشروع فيما يعرف بتقييم الربحية التجارية ينصرف إلى تقييم المنافع والتكاليف الخاصة بالمشروع من وجهة نظر المستثمر الخاص دون النظر إلى المنافع التي تعود على الاقتصاد الوطني كالمجتمع ككل أو التكاليف التي يتحملها، وتبعاً لذلك ولكي تكتمل أركان دراسة الجدوى ثمة ضرورة لإجراء تقييم اقتصادي للمشروع يقوم على مجموعة من المعايير الاقتصادية والاجتماعية بهدف قياس مساهمته في تحقيق أهداف المجتمع فيما يعرف بالربحية الاجتماعية للمشروع.¹ و سنتناول فيما يلي مفهوم الربحية الاجتماعية وتمييزها عن الربحية التجارية بالإضافة إلى أهميتها.

أولاً: مفهوم وأهمية تقييم الربحية الاجتماعية للمشروعات السياحية

إذا كان التقييم المالي أو التجاري يختص بدراسة المشروع الاستثماري من وجهة نظر ملاك أو مموليه فإنّ التقييم الاقتصادي والاجتماعي يقصد به أهمية المشروع لإجمالي المجتمع والاقتصاد الوطني على حدّ سواء، لذا يجب ألا تقتصر عملية التقييم على الجوانب المالية والتجارية للمشروع فقط بل يجب أن تشمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية.²

إذا فتقييم الربحية الاجتماعية أو القومية (الوطنية) للمشروع السياحي يقصد بها تقييم مدى مساهمة المشروع في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.

ومن ثم مساهمته في تحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع، ويتم تقييم هذه الربحية من خلال مقابلة منافع المشروع بتكاليفه من وجهة نظر الاقتصاد الوطني³، ويندرج هذا النوع من التقييم ضمن ما يسمى بدراسة الجدوى الوطنية لمشروع الاستثماري.⁴

وبصفة عامة يمكن حساب الربحية الاجتماعية بطرح إجمالي التكاليف الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة من إجمالي العوائد الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة، وهي على عكس الربحية التجارية التي تقيس

1 عاطف وليم أنداروس، مرجع سبق ذكره، ص 470.

2 أسامة عزمي سلام ، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 189.

3 عاطف وليم أنداروس، مرجع سبق ذكره، ص 470.

4 السيد عباس السيد، مقدمة في دراسة الجدوى للمشروعات الاستثمارية، مكتبة الجلاء الحديثة، بورسعيد، 1990، ص 246.

مدى ربحية المشروع الاستثماري من وجهة نظر المستثمر الفرد، وتحقيق أكبر عائد استثماري على أمواله التي أنفقها على المشروع و من ثم تعظيم المصلحة الخاصة للمستثمر الفرد¹.

ولتقييم الربحية الإجمالية للمشروع يتم الانطلاق من بيانات الربحية التجارية، حيث تخضع لتعديلات وإضافات حتى تتسق مع المفهوم الاقتصادي والاجتماعي للتقييم فيتم تعديل أساس تقدير المنافع والتكاليف الخاصة التي يستند عليها التحليل باستخدام الأسعار الاقتصادية أو أسعار الظل مع إدخال كافة عناصر المنافع والتكاليف غير المباشرة في التقييم، ويتم التقييم باستخدام مجموعة من المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية التي ترتبط بتحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع².

و يكتسب القيام بتقييم الربحية الاجتماعية للمشروعات السياحية أهمية بالغة وذلك أن:

● يعمل المشروع السياحي في بيئة مجتمعية محددة ويمثل جزءا من البنية الاقتصادية والاجتماعية لهذا المجتمع، وبالتالي فان ضمان الربحية التجارية للمستثمر في المشروع الخاص لا يكفي بحد ذاته لضمان المصلحة العامة للمجتمع، وبمعنى آخر فإن جدوى المشروع الاقتصادية من وجهة نظر المستثمر الخاص لا تكمن بحد ذاتها للتسليم بأهمية وجدواه على المستوى الوطني ككل³.

● هذا النوع من التقييم لا يقتصر إطاره على شركات الدولة والقطاع العام دون أن يمتد ذلك إلى القطاع الخاص، فهذه المرحلة من التقييم ضرورية لكل المشروعات بغض النظر عن ملكيتها، طالما أنها تستخدم جزءا من الموارد الاقتصادية المتاحة للمجتمع، والتي إذا ما تُركت للقطاع الخاص يتصرف فيها وفقا لقانون الربحية وفي ظل غياب المنافسة الكاملة وحرية حركة المواد سيؤدي إلى إنشاء والتوسع في بعض المشروعات برغم أنها لا تمثل استخداما كافيا للموارد وحرمان المجتمع من بعض المشروعات الهامة والضرورية⁴.

● لا تقتصر دراسة جدوى المشروعات على الجوانب التسويقية والفنية والمالية فحسب وإنما لابد من تقييم المشروع السياحي من وجهة نظر المجتمع والاقتصاد ككل، أي تحليل ربحيته الاجتماعية، سواء تم تمويله عن طريق المال العام أو المال الخاص أو كان تمويله مشتركا، فالدولة تسعى دائما نحو تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية من خلال الاستثمار في المشروعات العامة والمشاركة من جهة،

1 عبد المطلب عبد المجيد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 371.

2 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 470، 471.

3 محمد دياب، مرجع سبق ذكره، ص 204.

4 محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 333.

وتشجيع القطاع الخاص على إقامة مشروعات ذات جدوى من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من جهة أخرى¹.

كما يمكن تبيان أهمية دراسة الجدوى الاجتماعية وآثارها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال استعراض أهم أهدافها والتي نوجزها فيما يلي:

1- تحقيق الكفاءة الاقتصادية في تخصيص الموارد الاقتصادية من وجهة نظر الاقتصاد الوطني ليس فقط بين السلع والأنشطة الاقتصادية، بل أيضا بين المناطق والأقاليم المختلفة.

2- تحقيق العدالة في توزيع الدخل الوطني بين الحاضر والمستقبل، فضلا عن توزيع الدخل بين المناطق والأقاليم المختلفة داخل البلد الواحد، بما يساهم مباشرة في تحقيق هدف تعظيم الرفاهية الاجتماعية.

3- مواجهة التعارض بين الأهداف ونتائج دراسة الربحية التجارية ودراسة الربحية الاجتماعية، مما يسمح في النهاية من اختيار المشروعات التي تعظم رفاهية أفراد المجتمع، فضلا عن اختيار وتصميم السياسات الحكومية الملائمة التي يمكن أن تجعل من القرار الجيد والناجح من وجهة النظر الخاصة قرارا جيدا وناجحا أيضا من وجهة النظر الوطنية².

4- معرفة الفجوة بين العائد التجاري والعائد الاقتصادي بما يمكن من اختيار أنسب السياسات المالية والضريبية (إعانات، رسوم، ضرائب، إعفاءات، حماية) التي تعمل على تشجيع الاستثمار في إطار المخططات القطاعية للدولة³.

ثانيا: أوجه الاختلاف بين الربحية الاجتماعية والربحية التجارية:

ثمة العديد من نقاط الاختلاف بين طبيعية ونتائج التقييم المالي أو ما يعرف بتقييم الربحية التجارية والتقييم الاقتصادي أو ما يعرف بتقييم الربحية التجارية، إلا أن كلاهما يتفق مع قواعد النظرية الاقتصادية التي تنص على تعظيم العائد من الموارد المستخدمة، وثمة فإنّ أسس التحليل ومبادئه واحدة، لكن وسائل التحليل (وما يدخل في الحساب من البنود تختلف⁴. وإذا كان البعض يذهب إلى القول بأنّ تحليل الربحية التجارية ما هو إلا خطوة على تحليل طريق تحليل الربحية الاجتماعية، فإنّه لا يمكن الجزم بذلك لأنّ

1 عبد الحميد المغربي، الإدارة: الأصول والتوجهات المستقبلية لمدير القرن الحادي والعشرون، المكتبة العصرية، مصر، 2006، ص572.

2 سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص430-432.

3 السيد عباس السيد، مرجع سبق ذكره، ص246.

4 سعد طه علام، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفرق لل نشر والتوزيع، ط1، دمشق، 2006، ص107.

بعض الفرص الاستثمارية قد تكون مقبولة من وجهة نظر الربحية التجارية، وقد لا تكون كذلك من وجهة نظر الربحية الاجتماعية، وهذا راجع لاختلافهما في عدة جوانب⁽¹⁾، نذكر أهمها:

الاختلاف في الأهداف:

تهدف الربحية التجارية إلى تقدير صافي المنافع التي تعود إلى المشروع والمستثمر الخاص فيما تعني الربحية الاجتماعية إلى تقدير مدى مساهمة المشروع في تحقيق الأهداف الاقتصادية والتنموية والاجتماعية للمجتمع ككل².

الاختلاف في عناصر المنافع والتكاليف الداخلة في التحليل:

يأخذ تحليل الربحية التجارية في حسابه كافة المنافع والتكاليف النقدية وغير النقدية المباشرة وغير المباشرة المترتبة على المشروع، بينما تهتم الربحية التجارية فقط بتحليل الآثار النقدية المباشرة للمشروع بينما لا يأخذ في حسابه الآثار الخارجية المترتبة على المشروع³، بالإضافة إلى ذلك هناك تأثيرات غير قابلة للقياس الكمي والتي يمكن أن تؤثر على البيئة المحيطة بالمشروع نظرا لارتباط هذه الآثار برفاهية المجتمع، فالآثار الخارجية الجانبية كالتلوث وإفساد جمال الطبيعة والضوضاء والتوسع العمراني والضوضاء أو قبول المشروع المقترح، فنظر لعدم قدرة نظام السوق على إعطاء قيم نقدية لهذه الآثار لكون القوائم المالية التي يتم إعدادها عند تحليل الربحية التجارية لا تتضمن قيما لها، ومن ثم لا تؤثر على قرار التقييم والمفاضلة بين المشروعات، لكن هناك علاقة قوية بين هذه الآثار والرفاهية الاقتصادية للمجتمع، فهي تدخل ضمن بنود المنافع والتكاليف في تحليل الربحية الاجتماعية⁴.

كما أنّ هناك عناصر تكلفة يتحملها المشروع تؤخذ في الاعتبار وفق لمفهوم الربحية التجارية كالضرائب باعتبارها عنصر تكلفة يتحملة المشروع إلا أنّها تؤخذ في الحسبان عند إجراء تحليل الربحية الاجتماعية للمشروع حيث تعتبر بمثابة مدفوعات تحويلية من طرف لآخر داخل المجتمع دون أن تغير من القيمة الاقتصادية للمشروع من وجهة نظر المجتمع⁵. في حين تعالج إعانات الدعم الحكومي كإيراد أي تدفق نقدي داخل للمشروع عند تحليل الربحية التجارية، بينما تعالج في تحليل الربحية الاجتماعية

1 سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 433.

2 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 471.

3 صلاح الدين حسن السيسي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

4 مبارك لسوس، تقييم المشروعات الاستثمارية في قطاع الري الزراعي بالجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 14.

5 عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 472.

على أنّها تكلفة تقع على المجتمع، ومن ثم فإنّ القيمة المضافة الصافية لإعانات الدعم الحكومي تعتبر صفراً، الشيء الذي يؤدي إلى عدم إدراجها في تقييم المشروعات بمعايير الربحية الاجتماعية¹، كما هناك اختلاف في معالجة القروض وأقساطها والفوائد المدفوعة عليها، ففي نطاق دراسة الربحية التجارية فإنّ حصول المشروع على قرض يمثل تدفق نقدي داخل بينما سداد أقساط القروض والفوائد تعالج على أنّها تدفقات نقدية خارجة، لكن في نطاق دراسة الربحية الاجتماعية فإنّ كافة العمليات الائتمانية لا تعدّ سوى تحويل منفعة أو نفقة بين مؤسسات الإقراض والمشروعات، وبالتالي لا ينجم عنها أي نفقة على مستوى الاقتصاد الوطني، وعليه يتم استبعاد العمليات الائتمانية عند الانتقال من تحليل الربحية التجارية إلى الاجتماعية، إلّا إذا كانت قروض آتية من الخارج ففي هذه الحالة تعدّ تدفقات حقيقية يتعين إدراجها في التحليل الاجتماعي للمشروع².

الاختلاف في أسس القياس:

يقوم تحليل الربحية التجارية على قياس عناصر المنافع والتكاليف الخاصة على أساس الأسعار السوقية للمنتجات وعوامل الإنتاج من مواد خام وعمالة وغيرها، في حين يعتمد تحليل الربحية الاجتماعية على الأسعار الاقتصادية (الأسعار المعدلة) أو ما يسمى بأسعار الظل والتي تعبر عن الأسعار الاجتماعية³.

الاختلاف في معدل خصم التكاليف والمنافع:

يعتمد تقييم الربحية التجارية على سعر الخصم المعبر عن معدّل العائد البديل أو سعر الفائدة السائد في السوق أو المتوسط المرجح لتكلفة رأس المال وذلك عند معالجة مشكلة التفضيل الزمني، في حين تعتمد الربحية الاجتماعية على استخدام ما يسمى بمعدل الخصم الاجتماعي والتي يعكس التقدير الكمي الذي يعطيه المجتمع للمنافع والتكاليف المستقبلية⁴.

1 عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 376.

2 سمير عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص 436.

3 محمد صالح الحناوي، دراسات جدوى المشروع - الأساسيات والمفاهيم، مرجع سبق ذكره، ص 192.

4 قاسم ناجي حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 251.

الاختلاف في أساليب و معايير التقييم:

يتم تقييم الربحية التجارية للمشروع استنادا إلى معايير عدّة ترتبط جميعها بهدف نهائي هو تحقيق أكبر منفعة للمستثمر الخاص، بينما يتم تقييم الربحية الاجتماعية للمشروع استنادا إلى معايير ترتبط بتحقيق الأهداف الاقتصادية للمجتمع ككل¹، وسنتناول أهم المعايير المستخدمة في كلا التقييمين في المبحث الثاني والثالث من هذا الفصل.

و يمكن توضيح أهم نقاط الاختلاف بين الربحية التجارية والربحية الاجتماعية بشكل مبسط من خلال الجدول الموالي:

1- عاطف وليام أندروس، مرجع سبق ذكره، ص476.

الجدول رقم(22): الاختلاف بين الربحية التجارية والربحية الاجتماعية

(CPA)تحليل الربحية التجارية	(NPA) تحليل الربحية القومية
1-الغرض هو احتساب صافي المردود المالي للمشروع.	1-الغرض هو تتبع مساهمة المشروع في مجموع أهداف التنمية الأساسية الاقتصادية وغير الاقتصادية
2-تأخذ بنظر الاعتبار فقط التأثيرات المالية المباشرة للمشروع.	2-بالإضافة إلى تقدير التأثيرات المالية المباشرة للمشروع فإنها تأخذ بنظر الاعتبار أيضا التأثيرات غير المباشرة (الارتباط) القابلة و غير القابلة للتقدير.
3-تحسب بأسعار السوق.	3-تتحدد بالرجوع إلى الأسعار المعدلة التي تعتبر مقاربة للأسعار الاجتماعية
4-تعالج مشكلة الأفضلية الزمنية بتطبيق معدلات الفائدة السائدة في السوق المالية.	4-تعالج هذه المشكلة باللجوء إلى معدل الخصم الاجتماعي.
5- أهم أدوات التحليل: أ. تحليل ربحية الاستثمارات:	5- أهم أدوات التحليل والعوائد المستهدفة: أ. العوائد الاقتصادية:
<ul style="list-style-type: none"> ● الطرق البسيط (غير المخصومة) ✓ معدل العائد البسيط ✓ فترة استرداد رأس المال ✓ نسبة العوائد إلى التكاليف ✓ نقطة التعادل ✓ تحليل الحساسية ● طرق التقييم المخصومة (الحركية) ✓ معدل العائد الداخلي ✓ صافي القيمة الحالية ✓ دليل الربحية 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ المساهمة في الناتج القومي ✓ الوفورات بالعملة الأجنبية ✓ الاكتفاء الذاتي ✓ توزيع الدخل وفائض الاستهلاك (أو الاستهلاك) . ✓ التأثيرات الاقتصادية الخارجية ✓ العوامل الاستخراجية . ✓ استغلال الموارد المحلية ✓ التوزيع الجغرافي ✓ تطوير المناطق المختلفة ✓ نقل التقنية الحديثة ✓ التدريب المهني ورفع مستوى المهارات في المجتمع وغيرها .
ب. التحليل المالي:	ب . العوائد الاجتماعية:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تحليل السيولة ✓ تحليل هيكل رأس المال 	<ul style="list-style-type: none"> -القيمة المضافة المباشرة وغير المباشرة للقطاع والقطاعات الاقتصادية الأخرى. -المعيار الاجتماعي للكفاية الاقتصادية. -الموازنة بين التكاليف الحقيقية و المنافع الاجتماعية المباشرة وغير المباشرة.

المصدر: زبير دغمان ، دراسة الجدوى للمشاريع الاستثمارية ذات الطابع الاجتماعي دراسة حالة الشطر الأخير قيد الإنجاز من الطريق السيار شرق -غرب، أطروحة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية،(تحليل اقتصادي)، جامعة الجزائر03، 2012، 2013، ص09.

المبحث الثاني: معايير تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية

في إطار دراسة الجدوى الاقتصادية تعتبر نتائج دراسة الجدوى التفصيلية نقطة الانطلاقة في عملية المفاضلة بين البدائل الاستثمارية المتاحة بهدف اختيار البديل الأفضل كترجمة لاتخاذ القرار: يكون الاستثمار أو لا يكون، و تقتضي عملية اتخاذ القرار استخدام منظومة معايير، تعكس في مجملها جدوى المقترح الاستثماري على مستوى الوحدة الاقتصادية بشكل خاص و على مستوى النظام الاقتصادي بشكل عام، حيث تعتبر الربحية التجارية الموجه الأساسي للمستثمر في عملية اتخاذه للقرار بتنفيذ المشروع من عدمه، و يستخدم في تقييمها مجموعة من المعايير، والتي تقسم إلى معايير تقليدية (غير مخصصة)، ومعايير حديثة (مخصصة) تركز على تغير قيمة النقود عبر الزمن ، ومعايير تطبق في ظل ظروف المخاطرة وعدم التأكد.

المطلب الأول: معايير التقييم التقليدية

ضمن هذ النوع من التصنيف نجد المعايير لا تركز في حساباتها على تغير قيمة النقود عبر الزمن، أي أنها لا تأخذ بعين الاعتبار القيم الحالية للتدفقات النقدية، فهي تضم المعايير التي تأخذ التدفقات النقدية سواء كانت داخلية أو خارجة بقيمتها الاسمية دون إجراء عملية خصم عليها، وعموماً توجد أنواع عديدة من هذه المعايير أبرزها فترة الاسترداد، معدل أو متوسط معدل العائد المحاسبي¹. و سنقدم في ما يأتي عرض لهذين المعيارين حيث يمكن استخدامهما ببساطة في تقييم ربحية المشاريع السياحية:

أولاً- معيار فترة الاسترداد "DR":

يعتبر معيار فترة الاسترداد "Délai de récupération" من أكثر المعايير استخداماً وانتشاراً عند تقييم المشروعات، ويقاس هذا المعيار الفترة الزمنية التي تستطيع من خلالها الوحدات الاقتصادية استعادة الأموال المستثمرة²، وتظهر أهمية معيار فترة الاسترداد في الحالة التي يكون فيها المشروع محاطاً بدرجة مخاطر مرتفعة³، خاصة في المشروعات التي تتعرض لتغيرات موسمية مثل المشروعات السياحية أو تقادم تجهيزاتها نتيجة التغيرات التكنولوجية أو تغير تفضيلات وأذواق المستهلكين... وغيرها؛ فحساب فترة الاسترداد يوضح مدى سرعة استرداد التكاليف الاستثمارية، وبالتالي معرفة درجة بعد أو قرب المخاطر المحيطة بالمشروع، وكذا قدرة المشروع على التغلب على مشكلة السيولة⁴.

¹ عبد الغفار حنفي، أساسيات التمويل والإدارة المالية، دار النشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007، ص 285

² Hervé HUTIN, *Toute la finance d'entreprise en pratique*, 2^{eme} Edition, édition d'organisation, paris, 2003, P.308.

³ Abdellah BOUGHABA, Op.Cit. , P.17.

⁴ أحمد غنيم، قرارات إنشاء المشروعات الجديدة نظرياً وتطبيقياً، المكتبات الكبرى، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998، ص 62

أما عن حساب فترة الاسترداد فيتم جمع صافي التدفقات النقدية السنوية من السنة الأولى إلى غاية السنة التي يتم فيها تغطية الاستثمار المبدئي بشكل كامل.

أما بخصوص كيفية اتخاذ القرار الاستثماري وفق معيار فترة الاسترداد، فالمبدأ الأساس عند تطبيق هذا المعيار هو أن يكون للإدارة مقياس أو معيار يستند إليه لاتخاذ قرار القبول أو الرفض، ويتمثل هذا المقياس في الحد الأقصى لعدد السنوات المسموح بها لاسترداد واستعادة تكلفة الاستثمار، والذي يتحدد وفقاً لعدة اعتبارات متعلقة أساساً بدورة حياة المنتج أو احتمالات الأخطار التي يمكن أن يتعرض لها المشروع، وعليه يتم قبول أو رفض المشروع على أساس مقارنة فترة الاسترداد المتوقعة (المحسوبة) بالحد الأقصى لفترة الاسترداد المطلوبة من قبل الإدارة، وبذلك يعتبر المشروع مقبولاً إذا كانت فترة استرداده المحسوبة أقل من فترة الاسترداد المقبولة أو المطلوبة من قبل إدارة المشروع أو المستثمر وبالعكس يرفض المشروع؛ أما إذا كنا بصدد ترتيب المشروعات فإننا نرتبها من فترة الاسترداد الأقصر حتى الأطول.

ويتميز معيار فترة الاسترداد في كونه مؤشراً جيداً للسيولة، لأنه يساعد على معرفة مستوى السيولة المتدفقة للمشروع في كل سنة من سنوات التشغيل قبل استرداد قيمة الاستثمار، كما أنه يعطي مؤشراً عن المخاطر المحيطة بالمشروع الاستثماري، لأن سرعة تغطية واسترداد قيمة الاستثمارات يعد مقياساً لانخفاض درجة المخاطر، لأن القاعدة العامة تشير إلى أنه كلما ارتفع الأفق الزمني للمشروع كلما ازدادت مخاطر الاستثمار بصفة عامة.

وبالرغم من المزايا آنفة الذكر، إلا أن هذا المعيار تعرض للعديد من الانتقادات أبرزت الكثير من عيوبه، لعل أهمها تجاهله للقيمة الزمنية للنقود واهتمامه بعنصر السيولة على حساب عنصر الربحية، على الرغم أن الهدف الرئيسي من الاستثمار من وجهة نظر الربحية التجارية هو قياس العائد المتوقع من الاستثمار وليس تاريخ استرداد تكلفة الاستثمار، فكون المشروع يحقق فترة استرداد مرضية لا يعني بالضرورة تفضيله على مشروع بديل فترة استرداده أطول لكن ربحيته مرتفعة، خاصة وأنه يهمل تماماً التدفقات النقدية التي يمكن أن تتحقق بعد فترة الاسترداد، الشيء الذي يرفض من الناحية الاقتصادية، لأن معيار فترة الاسترداد يجذب المشروعات التي تقيم علاقة اقتصادية قصيرة بالمجتمع والنشاط الاقتصادي، ولا يجذب المشروعات التي تقيم علاقة اقتصادية طويلة مع المجتمع.¹

¹ باديس بوغة، تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمارات في قطاع الرياضة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016، 2017، ص158، 159.

ثانيا- معيار متوسط معدل العائد المحاسبي "TMR":

يعتبر معيار متوسط معدل العائد "Taux moyen de rentabilité" معيارا محاسبيا كونه مبني على فكرة النتيجة المحاسبية، فهو يعتمد على استخدام المفاهيم المحاسبية التقليدية المعروفة للأرباح والاستثمار، ويرتكز على مقارنة متوسط النتيجة الصافية للاستثمار مع القيمة الوسطية له.¹

إن متوسط معدل العائد المحاسبي يعبر إما عن نسبة الربح الصافي السنوي المتوقع للمشروع المقترح مقارنة بالتكلفة الاستثمارية المتوقعة له، أو عن النسبة الناتجة عن مقارنة صافي الربح السنوي المتوقع مع متوسط التكلفة الاستثمارية.

وعليه فتوسط معدل العائد المحاسبي يحسب بالعلاقة التالية:

$$TMR = \frac{(\sum_{i=1}^n B_i)/n}{I_0 + I_n - V_r} \times 100$$

حيث B_i تمثل قيمة صافي الأرباح في السنة i ،

n : عمر المشروع؛

I_0 : قيمة التكاليف الاستثمارية؛

I_n : قيمة الإضافات الرأسمالية أثناء حياة المشروع؛

V_r : القيمة البيعية لأصول المشروع في نهاية مدة حياته.²

و للحكم على جدوى و ربحية أي مشروع استثماري طبقا لهذا المعيار فلا بد من مقارنة العائد منه بعائد الفرصة البديلة سواء كان متوسط أسعار الفائدة في السوق أو متوسط التكلفة المرجحة للأموال إذا كان القرار خاص ببديل واحد أما إذا كنا بصدد الاختيار بين بديل بدائل متعددة فإنه يمكن المفاضلة بينهم على أساس مقارنة المعدلات المستخرجة لكل منهم و اختيار أعلى المعدلات لاتخاذ القرار بهذا البديل الأعلى في المعدل مع شرط أن يكون أعلى من عائد الفرصة البديلة أي أعلى من متوسط أسعار الفائدة في السوق إذا تم اختياره كمعيار للمقارنة.³

¹ أحمد غنيم، قرارات إنشاء المشروعات الجديدة نظريا وتطبيقيا، مرجع سبق ذكره، ص 61.

² باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 157.

³ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 287.

و من أهم مزايا معيار متوسط معدل العائد السهولة و البساطة في الحساب و الفهم و التمكن من تقدير الربحية، إلا أن من أكبر سلبياته كميته لتقييم الربحية التجارية هو:

- إهماله لتغير قيمة النقود عبر الزمن ، بالإضافة لإهماله لبيانات التدفق النقدي التي تعتبر أمراً أساسياً في تقييم المشروعات واعتماده على البيانات محاسبية بدلا منها ، ويمكن القول بأن مقدار التباين الذي تعطيه معدلات الاستثمار المحاسبية من نتائج مختلفة لتحليل المشروع الاستثماري ذاته عند مقارنة معايير التدفق النقدي المخصوص بهذا المعيار المحاسبي، يدل على عدم جدوى استخدام المنهج المحاسبي التقليدي في مجال تخطيط وترشيد تكاليف التوسع في المشروع لأنه يتجاهل العوامل الزمنية للتدفقات النقدية، إذ تنحصر الاستفادة من المنهج المحاسبي في عملية قياس الأداء بعد تنفيذ عمليات التوسع وليس قبلها¹.

- يساوي بين المشروعات ذات المعدلات المتساوية من العائد و ان اختلفت تدفقاتها النقدية من حيث توقيت حدوثها، حيث تكون في هذه الحالة المشروعات التي تكون صافي تدفقاتها النقدية في السنوات الأولى أعلى تكون أفضل، و ذلك بسبب إمكانية إعادة استثمار التدفقات النقدية خلال تلك السنوات.²

المطلب الثاني: معايير القيمة الزمنية للنقود:

تولي هذه المعايير أهمية أساسية لتغير قيمة النقود عبر الزمن، فهي تقوم أساساً بتقدير قيمة التدفقات النقدية و توقيت حدوث هذه التدفقات في تقييم المشروعات الإستثمارية، أي أنها تولي أهمية للقيمة الزمنية للتدفقات النقدية، وقد يشار إلى هذه المعايير بعدة تسميات منها معايير التدفق النقدي المخصوص، المعايير المتقدمة، معايير الربحية التجارية المخصوصة... إلخ، و سنتطرق في ما يأتي إلى أهم المعايير و فق هذا التصنيف متمثلة في: معيار صافي القيمة الحالية، معيار مؤشر الربحية، ومعيار معدل المردود (العائد الداخلي).

أولاً- معيار القيمة الحالية الصافية "VAN"

يعتبر معيار صافي القيمة الحالية "Valeur actuelle nette" من أهم المعايير المعتمدة في اتخاذ القرارات الاستثمارية طويلة الأجل، ذلك أن هذا المعيار من المعايير التي تأخذ بالاعتبار القيمة الزمنية للنقود، حيث تبرز فكرة الخصم بشكل أساسي واضح و بطريقة منظمة في العمل به، كما أنه يعتمد

¹ سالم قاسم النعيمي، الترشيد الفعلي للإنفاق الاستثماري، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 63.

² حميد جاسم الجميلي، عبد الحليم محمد جبران، مرجع سبق ذكره، ص 161.

على التدفقات النقدية وليس على صافي الربح، وتتجلى أهميته في كونه يعكس ما تضيفه الإدارة المالية من تعظيم في ثروة الملاك، وبالتالي تغير في القيمة السوقية للأسهم.¹

ويقوم معيار القيمة الحالية الصافية على فكرة بسيطة للوصول إلى صافي التدفقات النقدية السنوية للمشروع تتمثل في طرح التدفقات النقدية السنوية الداخلة من نظيرتها الخارجة، حيث يمكن تعريف القيمة الحالية الصافية بأنها القيمة التي يتم الحصول عليها من الفرق بين التدفقات النقدية الداخلة المخصوصة والتدفقات النقدية الخارجة المخصوصة في كل سنة من سنوات حياة المشروع، وهذا يعني أن كل التدفقات النقدية السنوية تخصم إلى النقطة الزمنية صفر (بدء تنفيذ المشروع)،² وذلك بعد خصمها بسعر خصم محدد مسبقا وثابت، ثم تطرح منها قيمة التكاليف الاستثمارية المنفقة في بداية حياة المشروع.

ولحساب صافي القيمة الحالية لأي مشروع استثماري يتم إعداد قوائم التدفقات النقدية للمشروع محل التقييم، للوصول إلى صافي التدفقات النقدية للعوائد المتوقعة خلال العمر الافتراضي للمشروع، مع اختيار معدل الخصم المناسب؛ ومع إجراء عملية الخصم سواء عن طريق الاستعانة بمعاملات الخصم الموجودة بالجداول المالية، أو عن طريق حساب هذه المعاملات بالآلة الحاسبة؛ يتم ضرب صافي التدفق النقدي السنوي في معامل الخصم السنوي المقابل له، لنحصل على القيم الحالية للتدفقات النقدية السنوية، وجمعها وطرحها من الاستثمار المبدئي نصل إلى القيمة الحالية الصافية للمشروع؛ ويمكن الاعتماد على العلاقة التالية لحساب القيمة الحالية الصافية VAN:³

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} - I_0$$

حيث أن: I_0 تمثل التكاليف الاستثمارية في السنة صفر؛

R_t : التدفق النقدي السنوي الصافي الخاص بالسنة t ؛

r : معدل الخصم؛ n : سنوات عمر المشروع.

ووفقا لهذه المعيار يعتبر المشروع مقبولا مبدئيا إذا كان صافي القيمة الحالية أكبر من الصفر، ويمكن المفاضلة بين عدة مشاريع مقبولة مبدئيا بإيجاد صافي القيمة الحالية (الفائض بعد استرجاع كلفة

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره ، ص160.

² Patrice VIZZAVONA, *Gestion financière*, 9^{ème} Edition, BERTI Editions, Alger, 2004, P.397.

³ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره ، ص160، 161.

المشروع، والحصول على معدل العائد المطلوب) إلى القيمة الاستثمارية لكل مشروع، ثم ترتيب المشروعات تنازليا وفق القيم المحتسبة ثم اختيار المشروعات ذات القيمة الأكبر، وتكون القاعدة فيما يتعلق بالمشروعات الاستثمارية المستقلة قبول جميع المشروعات التي تكون صافي قيمتها الحالية المتوقعة موجبة ورفض المشروعات الأخرى، وفي حالة المشروعات المتبادلة تكون القاعدة قبول المشروع الذي يعطي أعلى قيمة موجبة لصافي القيمة الحالية ورفض جميع المشروعات الأخرى¹.

وتجدر الإشارة أن تطبيق معيار القيمة الحالية الصافية يستند للافتراضات التالية²:

- أن معدل الخصم (r) يعتبر ثابتا طوال سنوات تشغيل المشروع، وذلك لأن الإيرادات التي ترد في السنوات الأخيرة من عمر المشروع يجب أن تخصم بمعدل خصم مرتفع استنادا إلى القيمة الزمنية للنقود. وهذا بحد ذاته من أوجه القصور في هذا المعيار.
- يفترض أن القيمة المتبقية في نهاية عمر المشروع قد بيعت واعتبرت كتدفق نقدي داخل أضيف إلى التدفق النقدي الذي نتج عن آخر سنة من سنوات عمر المشروع، كذلك الحال بالنسبة لقيمة المخلفات عندما تباع. ومع ذلك يمكن معالجتهما منفردتين بإظهارهما في الصيغة الرياضية لمعيار القيمة الحالية الصافية.
- يفترض أن التدفقات النقدية الداخلة ترد آخر كل سنة، بينما التدفقات النقدية الخارجة تدفع في أول السنة.

ومن بين إيجابيات معيار صافي القيمة الحالية أنه يراعي التغير في القيمة الزمنية للنقود بحيث يأخذ في الاعتبار التدفقات النقدية للمشروع طوال عمر المشروع. فهو يعكس قيمة المشاريع الاستثمارية باستخدام معدل الخصم والذي يمثل تكلفة التمويل. كما يلخص البيانات الرئيسية والتي تعتبر مؤشرا لقياس ربحية المشروع الاستثماري.

غير أن هذا المعيار لا يخلو من عيوب فهو لا يعطي ترتيبا سليما للمشروعات الاستثمارية في حالة اختلاف قيمة الاستثمار المبدئي أو عمر المشروع، كما أنه لا يفيد في التعرف على مردودية الوحدة النقدية الواحدة من تكلفة الاستثمار، إضافة إلى أن هذا المعيار يتجاهل ظروف عدم التأكد وما يرتبط بها من مخاطر لها أثر على قيمة المشروع الاستثماري³.

¹ محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الخلاق، مرجع سبق ذكره، ص ص 295-297.

² باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 161.

³ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 299، 230.

ثانيا- معيار دليل الربحية "IP":

يعتبر معيار دليل الربحية "L'indice de profitabilité" أو كما يسميه البعض معيار العائد/ التكلفة، معيارا مكتملا لمعيار القيمة الحالية الصافية، فهو يغطي نقطة الضعف الأساسية له في حالة المفاضلة بين عدة مشروعات تتفاوت في قيمة التكاليف الاستثمارية، فهو يقيس الربحية النسبية للاستثمار في حين معيار القيمة الحالية الصافية يقيس الربحية المطلقة للمشروع المقترح معيار¹، وعليه يمكن تعريف دليل الربحية بأنه المعيار الذي يقيس قدرة المشروع الاستثماري على تحقيق الربح، و هو عبارة عن خارج قسمة مجموع القيم الحالية لصافي التدفقات النقدية الداخلة على القيمة الحالية للتدفقات النقدية الخارجة للمشروع الاستثماري محل الدراسة² فهو عبارة عن نسبة القيمة الحالية الصافية للتدفقات النقدية إلى التكاليف الاستثمارية المبدئية للمشروع.³

فهذا المعيار يتم استخدامه لترتيب المشروعات الاستثمارية ذات التكاليف الاستثمارية المتباينة أو ذات الأعمار الاقتصادية المتوقعة المختلفة على أساس الربحية الناتجة عنها، فهو يعبر عن ربحية كل دينار من الاستثمار.

وعليه يحسب معيار دليل الربحية وفق العلاقة التالية:

$$IP = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t}}{I_0}$$

حيث يتم اختيار المشروع الذي يحقق نتيجة أكبر من الواحد الصحيح ويرفض إذا كانت النتيجة أقل من الواحد الصحيح وفق هذا المعيار.⁴

و يجذب استخدام هذا المعيار في حالات اختلاف التكاليف الاستثمارية للمشروعات محل المقارنة، حتى يتسنى تجنب النتائج غير الدقيقة لمعيار القيمة الحالية الصافية ، إذ أن تطبيق معيار دليل الربحية في حالة تساوي المشروعات الاستثمارية من حيث التكاليف الاستثمارية سوف يؤدي إلى نفس النتائج المحسوبة وفق معيار صافي القيمة الحالية.⁵

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص162.

² عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص300.

³ محمد محمود العجلوني ، سعيد سامي الحلاق، مرجع سبق ذكره، ص320

⁴ على محمد خضر و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص182

⁵ -Brigitte Doriath, *Contrôle de gestion*, Ed, Dunod, paris, 2000, p.36

ثالثاً- معيار معدل العائد الداخلي "TRI":

يعبر معيار معدل العائد الداخلي "Le taux de rentabilité interne" عن الحد الأدنى من العائد على رأس المال الذي يحتاجه المشروع، و يعرف بأنه سعر الخصم الذي تتساوى عنده قيمة الاستثمار المبدئي مع القيمة الحالية للتدفقات النقدية السنوية طوال العمر الافتراضي للمشروع،¹ كما يعرف أيضاً على أنه "سعر الخصم الذي يعطي قيمة حالية للمشروع تساوي صفر"².

فمعدل العائد الداخلي هو ذلك المعدل الذي يكون عنده المشروع قادراً على تغطية تكاليفه الاستثمارية وتكاليف التشغيل وتكاليف استخدام رأس المال على أساس معدل خصم يساوي معدل العائد الداخلي نفسه.

$$\sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} = I_0$$

ويمكن التعبير عن ما سبق من خلال العلاقة التالية: I_0

أو:

$$\sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

حيث أن القيم: R_t و I_0 و n تمثل صافي التدفقات النقدية وقيمة التكاليف الاستثمارية وعمر المشروع على التوالي، وكلها معطيات معلومة، وتبقى فقط القيمة (r) التي تعبر عن معدل العائد الداخلي، وهنا يطرح الإشكال حول كيفية حساب قيمة r ؟

إن الاختلاف الجوهرى بين معيار معدل العائد الداخلي والمعايير الأخرى السابقة تتمثل في هذه النقطة وهي عدم معرفة قيمة r ، ولحساب هذه القيمة لابد من اعتماد أسلوب التجربة والخطأ، حيث تقوم هذه الطريقة على استخدام أسعار خصم مفترضة وتطبيقها على الصيغة المشار إليها في العلاقة السابقة، فإذا تحقق شرط العلاقة أي القيمة الحالية للتدفقات النقدية السنوية تساوي التكاليف الاستثمارية، كان هذا هو معدل العائد الداخلي، غير أنه في كثير من الأحيان لا تنجح المحاولة ولا يحقق سعر الخصم المختار شرط المعادلة، في هذه الحالة تتكرر المحاولة باختيار أسعار خصم أخرى يتم التعويض عنها بالمعادلة. حتى نحصل على أصغر قيمة حالية موجبة وأصغر قيمة حالية سالبة، لأن معدل

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص305.

² Jean BARREAU & Jacqueline DALAHAYE, *Gestion financière* ;10eme edition, Donond, paris, 2001, P 328.

العائد الداخلي يقع بين معدل الخصم الذي يجعل القيمة الحالية الصافية عند أصغر قيمة موجبة ومعدل الخصم الذي يجعل القيمة الحالية الصافية عند أصغر قيمة سالبة، وعندها نصب النتائج المتحصل عليها في المعادلة التالية ليتحدد معدل العائد الداخلي للمشروع:

$$TRI = r_1 + \frac{(r_2 - r_1)VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

حيث: r_1, r_2 يمثلان على التوالي معدل الخصم الأصغر والأكبر؛

VAN_1 القيمة الحالية الصافية عند معدل الخصم الأصغر؛

VAN_2 القيمة الحالية الصافية عند معدل الخصم الأكبر؛

و بعد الوصول إلى معدل العائد الداخلي للمشروع يتم مقارنته بمتوسط تكلفة الأموال المستخدمة في تمويل المشروع أو سعر الفائدة طويل الأجل، وطالما أن معدل العائد الداخلي يفوق معدل المقارنة يتم قبول المشروع، وفي حالة العكس يرفض المشروع.

فمن مميزات معيار معدل العائد الداخلي أنه يقدم قياساً دقيقاً لربحية المشروع، كما يمكن استخدامه بدرجة عالية من الدقة في ترتيب المشروعات الاستثمارية، بالإضافة إلى أنه يعكس مدى المخاطرة التي يتعرض لها المشروع من خلال حساب الفرق بين معدل العائد الداخلي ومعدل تكلفة الأموال، ويتفادى مشكلة اختيار معدل الخصم.¹

إلا أن من سلبيات هذا المعيار أنه لا يعالج مشكلة الخطر أو المخاطرة وظروف عدم التأكد، فهو يقوم على افتراض أن التدفقات النقدية السنوية الصافية يعاد استثمارها بمعدل يساوي معدل العائد الداخلي، وهذا صعب التحقيق في ظل اعتبارات عدم التأكد، و يمكن أن يكون مجال هذا الانتقاد محدود في الواقع العملي إذا ما تم الأخذ في الاعتبار بأن الاقتراح الاستثماري له معدل عائد معين بغض النظر عما إذا كانت المكاسب النقدية الناتجة عنه سيعاد استثمارها أم لا، كما يمكن أن يؤدي هذا المعيار إلى قرارات خاطئة في حالة المقارنة بين مشروعات مانعة بالتبادل ويتناقض هذا القرار مع قرار معيار القيمة الحالية الصافية؛ بالإضافة لما سبق قد نصادف في بعض الحالات أين يكون للمشروع الواحد معدلات متعددة للعائد الداخلي.²

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 163، 164.

² Juliette Pilverdier Latreyte, **Finance D'entreprise**, édition , Economica, Paris, 2002, p 287 , 288.

المطلب الثالث: أساليب التقييم في ظل ظروف المخاطرة وعدم التأكد:

يتوقف نجاح عملية تقييم المشروعات على مدى دقة وصحة تقديرات التدفقات النقدية الاستثمارية و التشغيلية و ما يترتب عليها من تدفقات نقدية داخلية، لكن ليس بالضرورة أن تتوافق هذه التقديرات مع النتائج المحققة لتنفيذ و تشغيل المشروع، فقد تتغير بعض الظروف و الشروط التي اعتمد عليها في التقييم، كما قد تنشأ عوامل غير متوقعة أو لم تكن مؤكدة في الماضي، و عليه برزت الحاجة إلى معايير تقييم تستوعب هذه الظروف المتسمة بالمخاطرة وعدم التأكد في تقييم المشاريع الاستثمارية و المفاضلة بينها من أهمها نذكر:

أولاً- أسلوب معامل المعادل المؤكد:

من أجل الأخذ بالحسبان الخطر، يعمل هذا الأسلوب على تحويل التدفقات النقدية المتوقعة وغير المؤكدة للمشروع إلى تدفقات نقدية مؤكدة عن طريق المعامل المؤكد،¹ ويتم تعديل هذه التدفقات بتحويل التدفق النقدي المتوقع غير المؤكد إلى تدفق نقدي مؤكد، وفي هذه الحالة يتم خصمه على أساس معدل الخصم الخالي من الخطر، طالما أن التدفق النقدي تحول إلى تدفق مؤكد.²

ويمكن الحصول على قيمة المعامل المؤكد بقسمة العائد من الاستثمار المؤكد على العائد من الاستثمار غير المؤكد، و عليه يتم تعديل التدفقات النقدية غير المؤكدة إلى تدفقات نقدية مؤكدة، بضرب قيمة الأولى في قيمة المعامل المؤكد الخاص بكل فرصة استثمارية متاحة،³.

حيث أنه عند استخدام أسلوب صافي القيمة الحالية يتم الاعتماد على تكلفة رأس المال في إجراء عملية الخصم (أي أنه معدل الخصم)، و يعكس مفهوم تكلفة رأس المال مستوى المخاطر العادي للمنشأة، كما أنه يتضمن كل من معدل العائد الخالي من المخاطر بالإضافة إلى المتطلبات الإضافية للعائد لتعويض مخاطر الأعمال و المخاطر المالية، و على النقيض من ذلك فإن طريقة معامل المعدل المؤكد تقوم بتعويض مخاطر الأعمال و المخاطر المالية باستخدام معامل المعدل المؤكد و بعد ذلك يتم خصم التدفقات النقدية عند معدل خالي من المخاطر، و يمكن التعبير عن هذا المعامل بالمعادلة التالية:⁴

¹ Abdelfettah Bouri , op.cit , p113.

² عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، أساسيات الاستثمار الرأسمالي وتقييم الأداء، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015، ص149.

³ Charles Henri d'Arcimoles, Jean Yvesaulquin, **Finance Appliquée**, Librairie Vuibert, paris, 1995, p. 183.

⁴ أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص366، 367.

$$\bar{CE} = \sum_{t=0}^N \frac{a + \bar{R}_t}{(1+i)^t}$$

حيث أن:

CE : قيمة معامل المعدل المؤكد المتوقعة خلال حياة المشروع.

R_t : التدفق النقدي المتوقع في الفترة t .

a : معامل المعدل المؤكد الذي يحول التدفق النقدي المتوقع ذو المخاطر R_t إلى قيمة المعدل المؤكد المدركة.

I : المعدل الخالي من المخاطر الذي يفترض أن يظل ثابتا خلال حياة المشروع.

N : عدد السنوات في حياة المشروع.

حيث تتعادل قيمة معامل المعدل المؤكد مع الواحد الصحيح فقط في الاستثمارات الخالية من المخاطر، أما قيمة معاملات المعدل المؤكد المناظرة للمشروعات الاستثمارية ذات المخاطرة فتكون أقل من الواحد الصحيح.

ثانيا- أسلوب تعديل سعر الخصم:

يقوم هذا الأسلوب على تعديل سعر الخصم ليعكس مخاطر الاقتراح الاستثماري والمشروع محل الدراسة، فمن خلال هذا الأسلوب يتم الوصول إلى القيم الحالية للمشروع المعدلة بتلك المخاطر من خلال تعديل القيم الحالية للمشروع في حالة التأكد عن طريق استخدام سعر خصم معدل بمخاطر عدم التأكد بدلاً من سعر الخصم العادي، حيث يمكن مواجهة المخاطر وعدم التأكد من خلال تعديل أسعار الخصم المستخدمة في خصم التدفقات النقدية الصافية، ويمكن التعبير عن القيمة الحالية الصافية المعدلة ($VANP$) بالمعادلة التالية¹:

$$VANP = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+r+\beta)^t} - I_0$$

حيث أن: r : يمثل تكلفة الأموال أو سعر الخصم العادي؛

β : تمثل هامش المخاطر المتوقع للمشروع.

¹ Jean- Mari GAGNON ; Nabil KHOURY, *Traité de gestion financière*, Edition ESKA, Paris, 1981, P305.

إن هذا الأسلوب يميز بين معدل الخصم في حالة التأكد وحالة عدم التأكد، حيث ترى هذه الطريقة أن معدل الخصم في الحالة الأولى أقل منه في الحالة الثانية، وسبب ارتفاع معدل الخصم في الحالة الثانية هو لغرض تخفيف حدة عدم التأكد وبالتالي تقليل المخاطر التي يتعرض لها المقترح الاستثماري، هذا يعني اللجوء إلى معدل خصم كبير يمكن الإدارة المالية من أن تحتاط لعدم التأكد المصاحبة للتدفقات النقدية والظروف المستقبلية واحتمالات تحقيقها، حيث يلاحظ أن القيمة $(1+r+\beta)^t$ تزداد بازدياد الزمن (t) مما يعني أن سعر الخصم الجديد يزداد كلما توغل المشروع في الزمن معبراً عن ارتباط إيجابي بين الزمن ودرجة عدم التأكد.¹

ثالثاً- أسلوب تحليل الحساسية:

يعتبر تحليل الحساسية من أبسط الأساليب المستخدمة في تقييم الاقتراحات الاستثمارية. ووفقاً لهذا الأسلوب يتم وضع تقديرات للتدفقات النقدية في ظل ظروف متباينة، ومن أكثر المداخل شيوعاً هو وضع تقديرات للتدفقات النقدية في ظل أسوأ الظروف، وفي أحسن الظروف، وفي ظل الظروف التي يعتبر حدوثها هو المرجح. ثم يقوم متخذ القرار بعد ذلك بحساب القيمة الحالية الصافية للمقترحات الاستثمارية في كل ظرف من هذه الظروف، وكذا إيجاد المدى للقيمة الحالية الصافية لكل مشروع،² و تعتمد عملية تحليل حساسية الربحية على مفهوم مضاعف الربح و الذي يقيس التأثير الذي يحصل على الأرباح الصافية للمشروع و ليكن فندق عند حدوث تغير بنسبة ما في أحد العوامل المتحكمة و هذا يتضمن الخطوات التالية:

- تحديد العوامل المتحكمة، و جميعها تظهر من قائمة الأرباح و الخسائر أو بشكل قائمة تكاليف تبين عناصر الإيراد و عناصر التكاليف و صافي الأرباح و كلها انطلاقاً من واقع القوائم المالية للمشروع.
- تحليل تأثير كل من العوامل على صافي الأرباح، و يتم ذلك من خلال دراسة تأثير كل عامل على حدة على صافي الأرباح مع افتراض ثبات العوامل الأخرى، حيث يمكن تصور قائمة تكاليف جديدة و حساب صافي أرباح جديد.

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 155، 156.

² منير إبراهيم هندي، الإدارة المالية: مدخل تحليلي معاصر، المكتب العربي الحديث، ط10، الإسكندرية، 2015، ص490.

- ترتيب العوامل المتحكمة بحسب أهميتها، حيث يتم حساب مضاعف الربحية لكل عامل من العوامل المتحكمة على حدى و من ثم ترتيب هذه العوامل حسب أهميتها في ضوء أرقام مضاعفات الربح الخاصة بكل عامل منها. مثل هذا التحليل يوفر لإدارة المشروعات معلومات حول أكثر العوامل أهمية و أقلها أهمية بالنسبة للمشروع من حيث تأثيره على صافي الأرباح.¹

ووفقاً لهذا الطريقة يتم تحديد قيمة كل متغير على حدة (مع ثبات العوامل الأخرى) التي تجعل القيمة الحالية الصافية للمشروع المقترح مساوية للصفر، أي القيمة التي يتحقق عندها التعادل بين التكاليف الاستثمارية والقيمة الحالية للتدفقات النقدية السنوية.

و يتحقق التعادل أيضاً بين معدل العائد الداخلي ومتوسط تكلفة الأموال (معدل الخصم) أي أن هذه الطريقة سوف تسمح لنا بالإجابة على التساؤل التالي:

إلى أي مدى يمكن أن تنحرف قيمة كل متغير في الاتجاه غير المرغوب عن القيمة المقدرة لها (مع ثبات قيم بقية المتغيرات الأخرى على حالها عند القيمة الأكثر احتمالاً) دون أن تتحول صافي القيمة الحالية للمشروع المقترح إلى قيمة سالبة؟

وعلى ضوء هذا التساؤل يتم دراسة تأثير كل متغير على صافي القيمة الحالية للمشروع محل التقييم، وهذه المتغيرات هي التكاليف الاستثمارية، صافي التدفق النقدي، العمر الافتراضي للمشروع، معدل الخصم.²

ويعتبر أسلوب تحليل الحساسية وسيلة مناسبة لاختيار حساسية المشروع الاستثماري بالنسبة للتغير في متغير من المتغيرات التي تؤثر عليه، ويعطي نتائج فعالة تكفي لترشيد القرار الاستثماري واتخاذ في ظروف عدم التأكد، بالإضافة إلى أن هذا الأسلوب يوضح ما إذا كانت الفرص الاستثمارية تحتاج للمزيد من البحث والدراسة أم لا.

ورغم ذلك فإن استخدام أسلوب تحليل الحساسية له حدود، وذلك لأنه قد يكون من الصعوبة بمكان إجراء تحليل الحساسية في حالة حدوث تغيرات في أكثر من عنصر في وقت واحد يتحركون في نفس الاتجاه أو في اتجاه مخالف، أي في حالة وجود علاقات متداخلة بين المتغيرات، ويمكن في مثل هذه الحالة تقييم المشروع الاستثماري في ظل سيناريوهات مختلفة حتى يمكن الحكم على جدوى المشروع في

¹ مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، دراسة جدوى المشروعات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 313، 314.

² سعيد عبد العزيز عثمان، مرجع سبق ذكره، ص ص 284 - 286.

حالة احتمال حدوث تغير في أكثر من عنصر من العناصر في وقت واحد، وحساب مدى تأثير تلك المتغيرات على صافي التدفقات النقدية وعلى معيار التقييم المستخدم، وبالتالي فإن من الممكن وضع عدة تقديرات للعناصر المطلوب دراسة تأثيرها على نتائج المشروع في ظل عدة ظروف مثل ظروف التشاؤم والتفاؤل والظروف العادية، ومن ناحية أخرى يتطلب الأمر دراسة الآثار الكلية لهذه المتغيرات وتحديد درجة الارتباط فيها من خلال سيناريوهات مختلفة، ويساعد الحاسب الآلي كثيراً في هذا المجال.

وفي كل الأحوال لا بد من الأخذ في الاعتبار أن دليل الحساسية لا يحدد احتمالات تحقق المتغيرات وإنما فقط يكتفي بقياس مدى التغير في أحد العوامل المؤثرة وبالتالي فهو يغفل عنصر من عناصر تحليل مخاطر الاستثمار أو المشروع.¹

رابعا- أسلوب شجرة القرارات:

يعد أسلوب أشجار القرار من الأساليب الهامة في التعامل مع القرارات المحتملة، وتميز بأنها توفر وتقدم لمتخذ القرار تمثيلاً تخطيطياً من حيث عرض كافة النتائج المحتملة بيانياً، علاوة على ذلك فإن الحسابات ونتائجها تعرض بشكل مباشر على شكل الشجرة، ومن ثم يمكن فهم المعلومات بسهولة نسبياً. تتميز بالتعقيد والتتابع على فترات زمنية متعددة، فشجرة القرار هي عبارة عن عرض بياني يوضح تتابع النتائج.²

ويعتمد في رسم شجرة القرارات على مجموعة من الرسوم والأشكال البيانية هي:

□ تمثل نقطة القرار، وهي النقطة التي يتم عندها اختيار لواحد من البدائل المعتمدة والمتاحة أمام المشروع.

○ نقطة اتصال أو حلقة وصل بين مجموعات من حالات الطبيعة أو البدائل أو بينهما معاً.

— حالات الطبيعة أو البدائل.

ونشير إلى أن عدد البدائل الممثلة بفروع الشجرة يتوقف على عدد المتغيرات التي قد يشملها التحليل باستخدام هذا الأسلوب، وكلما زادت المتغيرات الداخلة في التحليل كلما كان أسلوب شجرة القرارات أكثر تعقيداً، ويتطلب الأمر في هذه الحالة استخدام الحاسب الآلي.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 355، 356.

² أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سبق ذكره، ص 350، 351.

و لتقييم المقترحات الاستثمارية عن طريق استخدام شجرة القرار كأسلوب مرفقة بالاحتمالات الموضوعية تتبع المراحل التالية:

- تحديد نقاط اتخاذ القرار (تمثل البداية الزمنية) ونقاط التابع (الاتصال).
- تحديد عدد البدائل الاستثمارية، ويمثل كل بديل من هذه البدائل فرعاً من الفروع الرئيسية للشجرة.
- تحديد عدد الفروع الكلية لكل فرع رئيسي.¹

المبحث الثالث: معايير تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع السياحية

تهدف معايير تقييم الربحية الاجتماعية إلى دراسة و تحليل و تحديد كافة العوائد و المنافع التي يحصل عليها المجتمع و الاقتصاد ككل من إقامة المشروع المعين، و من تشغيله بعد إقامته، و دراسة و تحليل كافة التضحيات و الجهود و التكاليف التي يتحملها المجتمع و الاقتصاد ككل من أجل إقامته. و بالتالي عند المفاضلة بين المشاريع يتم اختيار المشروع الذي يحقق أكبر قدر ممكن من المنافع و العوائد للاقتصاد و المجتمع ككل، و بأقل قدر ممكن من الجهود و التضحيات و التكاليف، و بأقل فترة ممكنة، و بأدنى درجة مخاطرة ممكنة.²

و هناك مدخلان للتعامل مع معايير تقييم المشروعات على المستوى الوطني، المدخل الأول يقسم هذه المعايير إلى ثلاث مستويات، يركز المستوى الأول على معيار صافي القيمة المضافة القومية بتفصيلاته المختلفة والمفاهيم المتعلقة به باعتباره المعيار الأساسي لتقييم المشروعات من وجهة نظر الدولة، أما المستوى الثاني فيركز على ما يسمى بالمعايير الإضافية للتقييم الاجتماعي للمشروعات، حيث يشتمل على معايير تقيس الأثر على كل من العمالة وتوزيع الدخل والأثر الصافي للمشروع على النقد الأجنبي والقدرة على المنافسة الدولية، أما المستوى الثالث فينطوي على معايير ترتبط باعتبارات تكميلية يصعب قياسها بسهولة وهي الاعتبارات والجوانب المتعلقة بالمرافق الأساسية والجوانب المتعلقة بالمعارف الفنية والجوانب المتعلقة بالبيئة، أما المدخل الثاني فهو ينطوي على محاولة الربط بين معايير تقييم المشروعات على مستوى الاقتصاد الوطني بالأهداف الرئيسية لهذا الاقتصاد.³

¹ مبارك لسوس، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2012، ص151.

² فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص278.

³ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص376، 377.

و سنستعرض هذه المعايير، من خلال التعامل مع معيار القيمة المضافة الوطنية بتفصيلاته ومفاهيمه باعتباره المعيار الرئيسي لتحليل الربحية الاجتماعية ثم نتناول التحليل الإضافي للربحية الاجتماعية وما يتعلق به من قياس أثر المشروع على كل من العمالة والتوزيع، وكذا الأثر الصافي للمشروع على النقد الأجنبي، و سنتعامل أيضا مع معيار ميزان المدفوعات و معيار سعر الصرف في إطار قياس الأثر الصافي للمشروع على النقد الأجنبي في نفس الوقت مساهمته في تحسين ميزان المدفوعات.

المطلب الأول: معيار القيمة المضافة والتحليل الرئيسي للربحية الاجتماعية

لعل من الواضح أن معيار القيمة المضافة يعتبر أحد معايير تقييم الربحية الاجتماعية الرئيسية التي تستخدم في قياس الأثر الشامل للمشروع على الدخل القومي أو الناتج المحلي الإجمالي، و سنتعرض في ما يلي لمفهوم القيمة المضافة، وكيف يتم الاعتماد على معيار القيمة المضافة في تقييم الربحية الاجتماعية وبيان مختلف الاختبارات التي يتم إجراؤها عند تطبيقه.

أولا- مفهوم القيمة المضافة:

تعرف القيمة المضافة على أنها كل ما يتولد نتيجة استخدام مستلزمات الإنتاج في العملية الإنتاجية من إضافة إلى قيمتها الأصلية، أي أنها الفرق بين قيمة الانتاج و قيمة مستلزمات الانتاج (المدخلات و المخرجات)¹.

ويمكن التفرقة بين القيمة المضافة الإجمالية والقيمة المضافة الصافية، حيث تمثل القيمة المضافة الإجمالية في أي سنة من سنوات العمر الاقتصادي للمشروع في الفرق بين القيمة السوقية لإنتاج المشروع وقيمة مستلزمات الإنتاج. ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية:

القيمة المضافة الإجمالية السنوية = قيمة الإنتاج بسعر السوق - قيمة مستلزمات الإنتاج.

ومن ناحية أخرى تمثل القيمة المضافة الصافية السنوية للمشروع بالفرق بين الإنتاج السنوي للمشروع بسعر السوق وقيمة كل من مستلزمات الإنتاج وقسط الاهتلاك السنوي، فهي بمعنى آخر تمثل القيمة المضافة الإجمالية بعد استبعاد قسط الاهتلاك السنوي، ويعبر عنها بالمعادلة التالية:

القيمة المضافة السنوية = القيمة المضافة الإجمالية - قسط الاهتلاك السنوي.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص378.

من خلال هذه الأخيرة يتبين أن القيمة المضافة الصافية للمشروع تمثل مقدار الإضافة التي يحققها المشروع من خلال عملياته الإنتاجية إلى المدخلات الجارية والرأسمالية التي تم الحصول عليها من مشروعات أخرى

وتمثل القيمة المضافة الصافية مساهمة العمال ومساهمة رأس المال الخاص ورأس المال الاجتماعي (البنية الأساسية) في إنتاج المشروع، وعليه يمكن القول أن:

القيمة المضافة الصافية (NVA) = الأجر والمرتبات (w) + الفائض الاجتماعي (SS)

$$NVA = W + SS$$

ويحتوي الفائض الاجتماعي *Social Surplus* على الأرباح الموزعة وغير الموزعة والإيجارات والفوائد، والضرائب غير المباشرة، وغيرها. أي أنه يحتوي على عوائد كل العناصر الأخرى غير العمل، خاصة رأس المال سواء الخاص أو الاجتماعي.¹

و عليه فإن صافي القيمة المضافة يتألف من مكونين أساسيين هما: الأجر والمرتبات، والفائض الاجتماعي الذي يعبر عن الجزء من القيمة المضافة الذي يمكن التصرف فيه عن طريق قنوات التوزيع الوطني على شكل ضرائب غير مباشرة وفوائد وأرباح مخصصة للتوزيع وتكاليف التأمين والإيجارات. ويفضل حساب صافي القيمة المضافة الوطنية لكل سنة من سنوات عمر المشروع وفقا للعلاقة السابقة، كما أن صافي القيمة المضافة التي يحققها المشروع خلال سنوات عمره الافتراضي تنقسم إلى قسمين:

-القسم الأول : وهو الذي يبقى داخل حدود الدولة ويتم توزيعه على الأفراد والمؤسسات

كعوائد عناصر الإنتاج مثل الرواتب والأجر وعوائد رأس المال والضرائب على الأرباح ... الخ.

-القسم الثاني : هو الذي يتم تحويله للخارج كعوائد عناصر إنتاج أجنبية تعمل في الداخل مثل :

أجر الخبراء الأجانب وأرباح المساهمين، و حصة الشريك الأجنبي في الربح... الخ.

و تعتبر القيمة المضافة مقياس لمساهمة المشروع في الدخل القومي فقط بقدر ما يوزع ويستهلك

منها داخل الدولة ولفائدة تلك الدولة، أما الجزء من القيمة المضافة المحول إلى الخارج فيستبعد في

حساب صافي القيمة المضافة الوطنية.²

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 186، 187.

² نور الدين تمجدين، دور و أهمية دراسات الجدوى في تقييم و تمويل مشروعات القطاع الخاص - دراسة حالة المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2018-2019، ص 89.

ومعنى ذلك ينتج عن تقدير المكونين السابقين للقيمة المضافة ضرورة تقدير صافي القيمة المضافة المحلية المتولدة من المشروع والتي يتم حسابها عن طريق استبعاد كافة المدفوعات المحولة للخارج لتحديد الجزء من القيمة المضافة الصافية الذي يضيف إلى الدخل الوطني أو الناتج المحلي الإجمالي للدولة ويساهم في الرخاء الاقتصادي الوطني لها، وعلى ذلك تصبح الصيغة المطلوبة على النحو التالي:

صافي القيمة المضافة الوطنية = قيمة الإنتاج بسعر السوق - (إجمالي قيمة مستلزمات الإنتاج + مجمع الاهتلاك خلال عمر المشروع + التحويلات للخارج).

وإذا كانت قيمة هذا المؤشر موجبة يكون للمشروع ربحية اجتماعية ومقبولة والعكس صحيح.¹

ثانياً- تطبيق معيار القيمة المضافة في تقييم المشروعات الاستثمارية:

إن الاعتماد على معيار القيمة المضافة في تقييم المشروعات الاستثمارية من وجهة نظر الاقتصاد الوطني يستلزم ضرورة إتباع مرحلتين:

- اختبار الكفاءة المطلقة.

- اختبار الكفاءة النسبية.

ويستخدم اختبار الكفاءة المطلقة في تصفية المشروعات المقترحة أي تحديد المشروعات المقبولة، مع استبعاد المشروعات غير المقبولة، أما اختبار الكفاءة النسبية فهو يستخدم في ترتيب المشروعات المقبولة من حيث أولويتها.

1) اختبار الكفاءة المطلقة:

يمكن إجراء هذا الاختبار باستخدام صيغتين إحداهما بسيطة والأخرى مخصصة.

(أ) **الصيغة البسيطة:** تبحث هذه الصيغة عما إذا كانت القيمة المضافة لسنة واحدة تفوق قيمة الأجور وتعطي فائضا خلال السنة نفسها، يتم تطبيق هذا الاختبار البسيط عادة في حالة المشروعات الصغيرة ذات التدفق الثابت والموحد من القيمة المضافة، وكذلك بالنسبة للمشروعات الضخمة عندما تكون في الأطوار الأولى من إعدادها². ويتم حسابه بالنسبة لسنة عادية واحدة من سنوات العمر الاقتصادي للمشروع، ويعتبر هذا الاختبار اختبارا استكشافيا هدفه إعطاء فكرة مبدئية عن الربحية الاجتماعية للمشروع، وما إذا كان من المفيد المضي قدما في إجراء دراسة جدوى شاملة أم لا³.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 380، 381.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 201.

³ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سبق ذكره، ص 600.

ويأخذ هذا المعيار الصيغة التالية:

$$E = O - (MI + D) \cdot W$$

حيث:

E : اختبار الكفاءة المطلقة للمشروع معبرا عنه بوحدات فائض القيمة المضافة عن الأجور على أساس البيانات الخاصة بسنة عادية.

O : القيمة المتوقعة للمخرجات في سنة عادية (إيرادات المبيعات السنوية عادة).

MI : القيمة المتوقعة للمدخلات الجارية المتحصل عليها من خارج المشروع في سنة عادية.

D : المقدار المتوقع لاهتلاك رأس المال الثابت في سنة عادية.

W : القيمة المتوقعة للأجور خلال سنة عادية.

ويتضح من ذلك أن الصيغة البسيطة المقترحة تركز على صافي القيمة المضافة المحلية ويوصى على أساس أنه في المراحل الأولية قد لا تتوفر المعلومات الكافية عن المدفوعات المحولة للخارج. أما إذا توافرت هذه المعلومات للمختص بالتقييم، وكانت لهذه المدفوعات أهمية جوهرية فإنه يمكن تضمينها في المعادلة السابقة بسهولة

وإذا تحقق المعيار السابق فهذا يعني أن المشروع كفؤ من الناحية المطلقة مبدئيا، حيث سيعطي فائضا اجتماعيا موجبا بعد استيفاء التزاماته إزاء الأجور، ويمكن بهذه النتيجة الاستمرار في إجراء تحليل أكثر تفصيلا للمشروع.¹

ب) الصيغة المخصصة: تستخدم هذه الصيغة حينما تكون تدفقات المشروع غير ثابتة، أو عندما يكون العمر الاقتصادي للمشروع طويلا نسبيا وتتركز معظم عوائده في السنوات الأخيرة من عمره الاقتصادي، ويتم تقييم كافة الآثار الكلية للمشروع على الاقتصاد الوطني طوال سنوات عمره بالاستعانة بسعر الخصم الاجتماعي (SRD). ويتم اختصار القيم المضافة السنوية المتوقعة للاقتصاد الوطني طوال سنوات عمره بالاستعانة بسعر الخصم الاجتماعي آخذين في الاعتبار السنوات المختلفة لحدوثها.² ولإجراء ذلك يتعين إتباع المراحل التالية:

- إعداد الجدول الخاص بالتحليل المتكامل للقيمة المضافة عن البيانات الخاصة بالمخرجات والمدخلات الجارية والاستثمارات والمدفوعات المحولة للخارج والخاصة بالمشروع.

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 189.

² المرجع نفسه، ص 189.

- التأكد من أن أسعار السوق بالنسبة للبنود قدرت في تحليل الربحية التجارية متوفرة بالفعل. وينبغي في هذه المرحلة مراجعة هذه الأسعار بعناية وفي حالة وجود انحرافات كبيرة يتم تصحيحها وفق قواعد تعديل الأسعار، وبضرب حجم المخرجات والمدخلات في الأسعار المعدلة نحصل على قيم المخرجات والمدخلات المعدلة.

- بالنسبة للأرقام المتحصل عليها في كل سنة من سنوات عمر المشروع فإنه يتم تجميعها كما يلي:

O_t : القيم الاسمية للمخرجات (تتمثل أساس في إيرادات المبيعات والإعانات والقيمة المتبقية).

I_t : القيم الاسمية للاستثمارات.

MI_t : القيم الاسمية للمدخلات من المواد الجارية.

RP_t : القيم الاسمية للمدفوعات المحولة للخارج (من أجور العاملين الأجانب والفائدة المدفوعة على القروض الأجنبية وصافي أرباح أصحاب الأسهم الأجانب والإتاوات والمدفوعات الأجنبية الأخرى غير المتضمنة في المدخلات المادية).

- قياس الآثار غير المباشرة للمشروع، أي المنافع والتكاليف المتدفقة من مشروعات أخرى مرتبطة به، أو وحدات إنتاجية قائمة، وذلك وفق ما يتضمنه الجزء الخاص بقياس الآثار غير المباشرة. بعدها يتم إضافة المنافع والتكاليف السنوية المحسوبة بهذه الطريقة إلى المنافع والتكاليف السنوية المباشرة المناظرة مما يتيح حساب القيمة المضافة الكلية (مباشرة وغير مباشرة).

- يتم تجميع القيم الاسمية المحسوبة في الخطوتين السابقتين في مجموعتين طبقا لما يلي:

* قيمة المخرجات O_t .

* قيمة كافة المدخلات المادية $IM + I$.

وبالنسبة لكل سنة طرح القيم الاسمية لكافة المدخلات المادية من القيم الاسمية للمخرجات فنحصل على القيم الاسمية لصافي القيمة المضافة المحلية لكل سنة على حدة، بعدها يتم طرح القيم السنوية لصافي القيمة المضافة المحلية المحسوبة سابقا، القيم السنوية للمدفوعات المحولة للخارج لنحصل على القيم الاسمية السنوية المتوقعة لصافي القيمة المضافة الوطنية للسنوات المناظرة.

- في المرحلة الأخيرة يتم خصم القيم الاسمية لصافي القيمة المضافة باستخدام سعر الخصم الاجتماعي، وذلك عن طريق ضرب القيم الاسمية السنوية لصافي القيمة المضافة الوطنية في معامل الخصم المناظر لكل سنة.¹

¹ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص ص 203-206.

ويتم الاعتماد على الصيغة الرياضية التالية لحساب صافي القيمة المضافة الوطنية.

$$E_d = \sum_{t=0}^n \frac{[O_t - (MI + I + RPt)_t]}{(1 + R)^t}$$

حيث:

E_d : القيمة الحالية المضافة الوطنية.

n : عمر المشروع.

O_t : قيمة المخرجات المباشرة وغير المباشرة في السنة t .

MI : التكلفة الجارية للمواد المباشرة وغير المباشرة في السنة t .

I : التكلفة الاستثمارية في السنة t .

RP : التحويلات للخارج من قبل الأجانب في السنة t .

R : معدل الخصم الاجتماعي.

ويجب أن تكون القيمة الحالية للقيمة المضافة موجبة أي $E_d > 0$ ، وتعتبر هذه النتيجة دلالة على المساهمة الايجابية للمشروع في الدخل الوطني، ومن هنا يمكن الانتقال من اختبار الكفاءة المطلقة. فإذا لم يتحقق الشرط السابق وجب إعادة دراسة المشروع وتعديله.

ورغم تحقق الشرط فهذا لا يعتبر كافيا إذ ينبغي الانتقال لمرحلة ثانية من اختبار الكفاءة المطلقة، وهو مقارنة القيمة الحالية للقيمة المضافة الوطنية مع القيمة الحالية للأجور والرواتب، ويكون المشروع مقبولا إذا تحقق الشرط التالي:

$$E_d > \sum_{t=0}^n \frac{W_t}{(1 + R)^t}$$

حيث: $\sum_{t=0}^n \frac{W_t}{(1 + R)^t}$ تمثل القيمة الحالية للأجور.

فإذا تحقق الشرط السابق معنى ذلك أن القيمة المضافة المتولدة عن المشروع لا تغطي فقط الأجور المدفوعة لقاء تشغيله فقط بل تعطي فائضا اجتماعيا يكون مصدرا لزيادة الاستهلاك الحالي وللتوسع الاقتصادي فيما بعد، ولزيادة حصيلة الضرائب المدفوعة لخزينة الدولة وفوائد القروض، وصافي الأرباح... إلخ.

وإذا كانت القيمة المضافة المتولدة عن المشروع تعادل الأجور يعتبر المشروع مقبولا بالكاد حيث أنه يغطي فقط الأجور المدفوعة ولا يغطي أي فائض يزيد عليها.

أما إذا كانت القيمة المضافة أقل من الأجر فإن ذلك يشير إلى أن المشروع لن يعطي فائضا اجتماعيا على الإطلاق بل إنه لا يستطيع تغطية أجور العاملين فيه. وعلى ذلك فمن حيث المساهمة في زيادة الدخل الوطني -معبرا عنه بوحدات القيمة المضافة- يعتبر المشروع مرفوضا، ومع ذلك قد تكون هناك جوانب أخرى مما يجدر قياسها بواسطة المؤشرات الإضافية أو الاعتبارات الأخرى، مما قد يستدعي إعادة دراسة المشروع، وتعديله لرفع كفاءته.¹

(2) اختبار الكفاءة النسبية:

في الواقع فإن القيام باختبار الكفاءة المطلقة للمشروعات المقترحة لا يمثل سوى اختبار الحد الأدنى لقبول المشروع من وجهة نظر الربحية الاجتماعية، ولكن إذا كان هناك عدد من المشروعات المقترحة (متنافسة / غير متنافسة) اجتازت جميعها اختبار الكفاءة المطلقة، فهنا نكون أمام احتمالين: الأول هو توافر الموارد الاقتصادية التي تسمح لنا بتنفيذ جميع المشروعات المقبولة بعد اختبار الكفاءة المطلقة، ففي هذه الحالة لا يكون هناك حاجة لاستخدام اختبار الكفاءة النسبية. أما الاحتمال الثاني: فيتمثل في عدم كفاية الموارد الاقتصادية المتاحة على تنفيذ جميع المشروعات المقبولة وفقا لاختبار الكفاءة المطلقة، فهنا تظهر أهمية تحديد الأولوية في تنفيذ المشروعات، وبالتالي الانتقال إلى اختبار الكفاءة النسبية.

إن تحديد أولوية تنفيذ هذه المشروعات يستلزم الأخذ في الحسبان بعض القيود الهامة على تنفيذ وتشغيل المشروعات المقترحة مثل قيود رأس المال، العملات الأجنبية، العمالة الماهرة، وفي هذه الحالة فإن القيمة المطلقة للقيمة المضافة السابق بيانها لا تصلح كمعيار للاختيار والتفضيل، وإنما الأمر يستلزم الاعتماد على قيم نسبية للقيمة المضافة تعكس تلك القيود. وهذا ما يحاول اختبار الكفاءة النسبية الوصول إليه. من خلال تحديد الأولوية على أساس درجة ندرة الموارد الاقتصادية، أو العملات الأجنبية أو العمالة الماهرة.²

(أ) معيار الكفاءة النسبية في حالة ندرة رأس المال: إذا كان المجتمع يعاني من ندرة نسبية في رأس المال فإن المشروعات التي تحظى بأولوية هي المشروعات التي تستخدم رأس المال بصورة أفضل من خلال تعظيم القيمة المضافة لكل وحدة رأس مال مستثمرة. و يتحدد اختبار الكفاءة النسبية في حالة ندرة رأس المال، من خلال قسمة القيمة الحالية للقيمة المضافة على القيمة الحالية للتكاليف الاستثمارية، ويمكن كتابته بالشكل التالي:

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 191، 192.

² نفس المرجع السابق، ص 192.

$$E_c = \frac{P(VA)}{P(I)}$$

وكلما ارتفعت هذه النسبة كلما دل على زيادة الكفاءة النسبية للمشروع من وجهة نظر معيار رأس المال.

(ب) معيار الكفاءة النسبية في حالة ندرة الصرف الأجنبي: إن هدف اختبار الكفاءة النسبية في حالة ندرة الصرف الأجنبي هو إيجاد المشروع الذي يعطي أقصى قيمة مضافة لكل وحدة من صافي تكلفته من العملات الأجنبية، وذلك من خلال الصيغة التالية:

$$E_F = \frac{P(VA)}{P(E)}$$

حيث: $P(E)$ تمثل القيمة الحالية لصافي تكلفة المشروع من العملات الأجنبية.

ويحتسب صافي التكلفة من الصرف الأجنبي بالفرق بين المصاريف والإيرادات من الصرف الأجنبي خلال عمر المشروع، ولا يمكن تطبيق هذه العلاقة إلا حين تزيد مصاريف المشروع من الصرف الأجنبي على الإيرادات من الصرف الناجمة عنه. وكلما زادت هذه النسبة ارتفعت قيمة ما يعود على اقتصاد البلاد من قيمة مضافة من كل وحدة من صافي تكلفة الصرف الأجنبي.

(ج) معيار الكفاءة النسبية في حالة ندرة العمالة الماهرة: في ظل ندرة العمالة الماهرة يصبح من الضروري معرفة المشروع الذي يعطي أقصى قيمة مضافة لكل دينار أجر للعمالة الماهرة، ويحسب معيار الكفاءة النسبية في هذه الحالة من خلال المعادلة التالية:

$$E_L = \frac{P(VA)}{P(L_S)}$$

حيث $P(L_S)$: يمثل القيمة الحالية لأجور ومرتبوات العمالة الماهرة.

وكلما ارتفعت هذه النسبة ارتفعت الكفاءة النسبية للمشروع وفق هذا المعيار.

إن تطبيق اختبارات الكفاءة النسبية قد يفضي إلى ضرورة إجراء بعض التعديلات الفنية والاقتصادية على تصميم المشروع. فإذا كان الصرف الأجنبي نادرا جدا يمكن أن يطلب من مصممي المشروع تعديله بالبحث عن المواد المحلية البديلة، والواردات البديلة الأقل سعرا، وزيادة حجم الصادرات... إلخ، وقد يؤدي ذلك إلى التخفيف بعض الشيء من حدة ندرة الصرف الأجنبي. ويمكن أن يقال نفس الشيء لحالي ندرة رأس المال وندرة العمالة الماهرة¹.

¹ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 213، 214، باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 193.

المطلب الثاني: المؤشرات الإضافية للربحية الوطنية

تقيس المؤشرات الإضافية المستخدمة في تقييم الربحية الاجتماعية مدى تحقيق الأهداف الخاصة بالتنمية، وهذا بخلاف تلك المأخوذة في الاعتبار من خلال معيار القيمة المضافة المستخدم في التحليل الأساسي للربحية الاجتماعية. وتتمثل المؤشرات المستخدمة في التحليل الإضافي للربحية الاجتماعية في قياس الأثر على العمالة ، الأثر على التوزيع، وكذا الأثر على الصرف الأجنبي.

أولاً- الأثر على العمالة:

يظهر تأثير المشروع على العمالة من خلال التعرف على قدرته على توليد أكبر عدد ممكن من فرص العمالة الجديدة، وتأثيره على العمالة الماهرة وغير الماهرة، وتقدير فرص العمل التي يتم خلقها داخل المشروع نفسه (العمالة المباشرة)، وفرص العمل التي يمكن أن تنشأ في مشاريع أخرى مرتبطة بالمشروع الأصلي (العمالة غير المباشرة). ويعتبر الاهتمام بمعيار التشغيل هاماً للغاية خاصة في البلدان التي تعاني من مشكلة البطالة، ويقصد بمعامل التشغيل عدد فرص العمل التي توفرها وحدة رأس المال المستثمرة في المشروع، وبالتالي تتم المقاضلة بين المشروعات على أساس إعطاء الأولوية للمشروعات التي تخلق فرص عمل أكثر¹.

ويقصد بمعامل التشغيل عدد فرص العمل التي توفرها وحدة رأس المال المستثمرة في المشروع، ويعبر عنه بنسبة عدد العمال المشتغلين إلى قوة العمل، ، فإذا كان هناك فائض في العمالة فإنه يمكن اللجوء إلى معيار معامل التشغيل للمفاضلة بين المشروعات المراد تنفيذها، حيث يتم تفضيل المشروع الذي يكون فيه معامل التشغيل أكبر، لأن ذلك يعني أنه كلما ارتفع معدل التوظيف دل ذلك على زيادة فرص التوظيف الموفرة نتيجة الاستثمار في هذا المشروع، وإذا تساوى معامل التوظيف بين مشروعين أو أكثر من المشروعات التي هي قيد المقارنة يتم اللجوء إلى معيار إنتاجية العمل التي تعني نسبة عنصر العمل إلى الإنتاج الكلي للمشروع ، حيث يتم انتقاء المشروع الذي ترتفع فيه إنتاجية العمل عن غيره من المشروعات². وترتفع درجة الربحية الاجتماعية كلما أتاح المشروع فرص عمل سواء مباشرة أو غير مباشرة. و لذلك فإن قياس أثر المشروع على العمالة يتطلب إتباع الخطوات التالية:³

¹ نور الدين تمجددين ، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 203.

³ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 390، 391.

- تحديد عدد العمال المهرة وغير المهرة الذين سوف يتم استخدامهم بشكل مباشر في المشروع خلال سنة عادية.
- تحديد عدد العمال المهرة وغير المهرة الذين سيتم استخدامهم في مشروعات أخرى مرتبطة بالمشروع الاستثماري محل دراسة الجدوى و التقييم خلال سنة عادية.
- تقدير قيمة الاستثمارات في المشروع الاستثماري محل دراسة الجدوى و التقييم، و كذلك الاستثمارات في المشروعات المرتبطة بالمشروع الأصلي و التي سينتج عنها فرص عمل إضافية.
- إذا وجدت عمالة أجنبية يتم تطبيق المؤشرات الخاصة بنسبة العمالة الوطنية إلى اجمالي العمالة و كذلك نسبة الأجور للعمالة الوطنية إلى اجمالي الأجور

ثانيا- الأثر على التوزيع:

يهدف هذا المعيار يهدف هذا المعيار إلى قياس أثر المشروع على توزيع الدخل بين أفراد المجتمع، و يتم تحقيق ذلك من خلال تبيان الكيفية التي يتم بها توزيع القيمة المضافة الصافية القومية (بعد استبعاد التحويلات للخارج) بين مختلف فئات المجتمع فيما يسمى التوزيع الفئوي و بين الأقاليم المختلفة فيما يسمى بالتوزيع الإقليمي، و مدى تناسب هذا التوزيع مع السياسة التوزيعية التي تنتهجها الدولة لتوزيع الدخل، و يتم تقييم المشروع من حيث مساهمته في تحقيق الأهداف التوزيعية للدولة من خلال خطوتين هما:

التوزيع الفئوي: يشير هذا التوزيع إلى توزيع القيمة المضافة الصافية المتولدة من المشروع بين الفئات المختلفة للمجتمع¹ و يكون ذلك وفقا لمعايير عدة أهمها:²

* التوزيع بين أصحاب الدخل المنخفضة وأصحاب الدخل المرتفعة. فكلما زادت النسبة التي تحصل عليها المجموعة الأولى من القيمة المضافة كلما كان ذلك أفضل من وجهة النظر الاجتماعية. وبالتالي في حالة وجود مشروعين يحققان نفس القيمة الحالية للقيمة المضافة وكان النصيب النسبي للطبقة الفقيرة من القيمة المضافة لأحدهما أكبر من تلك النسبة في المشروع الآخر، فمن الناحية الاجتماعية يفضل المشروع الذي يحقق أكبر نسبة.

¹ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص487.

² عبد القادر محمد عبد القادر عطية، مرجع سبق ذكره، ص620، 621.

* التوزيع بين عناصر الإنتاج كالعامل ورأس المال الخاص ورأس المال الاجتماعي، ففي هذه الحالة يتم توزيع القيمة المضافة على أجور العمال وأرباح لرأس المال الخاص وضرائب للحكومة. وبما أن الإيرادات الحكومية تنفق في الغالب على أغراض اجتماعية تساعد الطبقة الفقيرة بدرجة أكبر، فإنه كلما زادت النسبة التي تمثلها الأجور والضرائب من القيمة المضافة كلما كان ذلك أفضل من وجهة النظر الاجتماعية.

* التوزيع بين المواطنين والأجانب، ويلاحظ أنه كلما زادت النسبة التي يحصل عليها المواطنون من القيمة المضافة للمشروع مقابل مساهمتهم، كلما كان هذا أفضل من وجهة النظر الاجتماعية.

التوزيع الإقليمي: و يقصد به طريقة التوزيع بين الأقاليم المختلفة للدولة حيث يتم احتساب نصيب كل إقليم من الأجور و المرتبات و المزايا العينية، و الأرباح، و الفوائد و الضرائب، التي تشكل في مجموعها القيمة المضافة الصافية للمشروع.¹

فمن المهم معرفة كيفية توزيع المنافع الناجمة عن مشروع استثماري ما على المجموعات الاجتماعية وبين الأقاليم والتعرف عما إذا كان نمط هذا التوزيع يتفق مع سياسة الحكومة أم لا. فإذا تبين وجود تعارض تطلب الأمر إدخال بعض التعديلات على التوزيع المتوقع للمنافع بما يتماشى وأهداف الدولة وأولوياتها، إذ يعتبر مثلاً أسلوب فرض الضرائب من خلال معدلات متباينة بين فئات المجتمع أو بين المناطق المختلفة وسيلة للوصول إلى الأثر الاجتماعي المرغوب فيه للتوزيع، أو على الأقل الحد من الفوارق الاجتماعية.²

ولتقدير أثر المشروع الاستثماري على التوزيع يتم إتباع الخطوات التالية:

أ- تحديد المجموعات الاجتماعية والمناطق المستهدفة:

إن تحديد المجموعات الاجتماعية التي تتأثر بعملية توزيع القيمة المضافة لمشروع ما يتوقف على الهدف من وراء تقدير الأثر على التوزيع فإذا كان هدف التنمية هو تحقيق قدر أكبر من عدالة التوزيع لأسباب اجتماعية فإنه يمكن تحديد مجموعتين اجتماعيتين: "مجموعة الدخل المنخفض و مجموعة الدخل المرتفع". أما الخط الفاصل بين المجموعتين فإنه يمكن رسمه وفق ظروف الدولة وإن كان هذا الخط لا يستطيع عادة أن يعكس بدقة الفوارق في مستوى المعيشة والرفاهية نظراً لوجود مزايا عينية. فيمكن أن

¹ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 487.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 222.

تؤخذ العمالة غير الماهرة بمثابة ممثل لمجموعة ذوي الدخل المنخفض إذا ما استحال أي تحديد آخر لهذه المجموعة.

كما يمكن الاعتماد على طريقة تحليل توزيع القيمة المضافة بين مختلف عوامل الإنتاج (أصحاب الأجر - أصحاب الأرباح - والحكومة) وذلك لكون أن هذا النمط في التوزيع:

- ذو مغزى اقتصادي لأنه في حالة تساوي مشروعين من حيث القيمة المضافة فإن تقييمها سيختلف إذا أُجري وفقا للجزء المخصص للأجور عما إذا أُجري طبقا للفائض الاجتماعي لكليهما.
- ذو مغزى اجتماعي لأن المقدار نفسه من القيمة المضافة يمكن توزيعه بنسب متفاوتة بين أصحاب الأجر وأصحاب الأرباح وخزانة الدولة بما يحمل اختلافا في المضامين والآثار الاجتماعية والاقتصادية.

و يمكن تقسيم مناطق الدولة إلى مناطق متخلفة وأخرى متقدمة، كما يمكن أن يتم هذا التصنيف على أساس متوسط مستوى دخل الفرد أو المستوى القائم الذي بلغته الخدمات والمرافق الأساسية أو الصناعة فإذا كانت تنمية منطقة ذات أهمية وحساسية سياسية خاصة أو أي منطقة ذات أهمية أخرى تمثل هدفا من أهداف الحكومة استوجب الأمر في هذه الحالة اعتبار هذه المنطقة منطقة اقل نموا بصرف النظر عن معيار مستوى دخل الفرد أو أي معيار آخر مشابه.

وفي حالة الاهتمام أيضا بتوزيع الدخل بين الأغنياء والفقراء في داخل الإقليم الواحد، فإنه يمكن تحليل ذلك عن طريق تقسيم وتبويب كل من فئات الدخل المختلفة وفقا للمناطق، أو تقسيم وتبويب كل من المناطق المختلفة إلى فئات دخل معينة.¹

وفي حالة دولة نامية فإن تحليل آثار التوزيع لمشروع استثماري ينطوي على جانب آخر مهم أيضا وهو توزيع صافي القيمة المضافة المحلية المتوقعة بين صافي القيمة المضافة الوطنية والمدفوعات التي تحول إلى الخارج. فمن الواضح أن هذا التحليل يدافع ويدعو إلى التركيز على صافي القيمة المضافة الوطنية، إذ يوضح الأهمية البالغة من معرفة كم من هذه القيمة المضافة يبقى بحيث يستخدم فيما بعد داخل حدود الدولة لصالح شعبها وكم منها سيحول للخارج بحيث يستخدم لصالح الغير.²

¹ باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 198، 199.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 223.

ب- تحديد صافي تدفقات المنافع للفئات الاجتماعية أو الأقاليم:

يمكن تعريف صافي منافع التوزيع الناجمة عن مشروع ما بأنها الفرق بين المنافع الاجتماعية والتكاليف الاجتماعية.

إن المنافع الصافية التي تحصل عليها فئة أو إقليم هي المنافع التي يحصل عليها مخصصا منها المدفوعات التي تقدمها هذه الفئة أو الإقليم إلى مجموعات أو أقاليم أخرى، والتكاليف في المفهوم الحالي تعرف بالتكاليف التي يحدثها مشروع ما بالنسبة لفئة اجتماعية أو إقليم مطروحا منها أي منافع تعويضية تتلقاها من مجموعات أخرى أو إقليم آخر. ومن هنا يتضح أن التحليل يتجه إلى تسجيل التغيرات في المكاسب والخسائر بالنسبة لمختلف الفئات الاجتماعية أو الأقاليم.

ويمكن تحديد صافي منافع التوزيع أو المكاسب التي تؤول إلى مجموعة أو إقليم عن طريق القيمة المضافة للمشروع، بما يتجاوز المستوى الذي كانوا يحصلون عليه قبل تنفيذ المشروع، وبناء عليه فإن أية مزايا عينية - إن وجدت - ينبغي أن تزيد من هذه المكاسب. وفي حالة مجموعة ذوي الدخل المنخفض أو مجموعة أصحاب الأجور فإن ذلك يمكن إضافته إلى أجورها ومرتباتها، بينما نجد أن صافي الأرباح والفوائد والتأمينات والإيجارات والضرائب غير المباشرة تخص أصحاب الأرباح والحكومة. وتجدر الإشارة إلى أنه في حالة استخدام المشروع لعمالة غير مستخدمة من قبل فإن مجموع الأجور المدفوعة لهم تعتبر -بأكملها- من مكاسب هذه المجموعة وإلا فإن الفرق بين أجورهم السابقة (من أعمالهم السابقة) وبين أجورهم التي سيدفعها المشروع هو الذي سيأخذ وحده في الحساب¹

وفي الحالات التي يتضمن صافي المنافع التي سيؤول إلى إقليم ما أجورا، أو أرباحا أو فوائد إضافية ومزايا عينية للعاملين. فإنه يتعين حساب هذه المنافع وفق ما يلي²:

1. حساب مجموع الأجور بالكامل جزءا من صافي منافع التوزيع بالإقليم في حالة أن المشروع لا يؤدي إلى انخفاض في القوة العاملة المستخدمة في جانب آخر من الإقليم، وذلك أن الوظائف الخالية سيتم شغلها بمهاجرين وافدين من أقاليم أخرى.
2. أخذ صافي الزيادة في الأجور فقط في الحسان في حالة أن المشروع يؤدي إلى خفض عدد العاملين في جزء آخر من الإقليم.

¹ سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 224.

² باديس بوغرة، مرجع سبق ذكره، ص 200، 201.

3. يدرج فقط الجزء الخاص بالأجور والمرتبات المنفق داخل الإقليم ضمن صافي منافع التوزيع في حالة استخدام المشروع الجديد عمالة أجنبية (عادة ما تكون ماهرة فقط).
 4. تدرج فقط الأرباح والفوائد المتحققة داخل الإقليم في حالة استخدام المشروع لرؤوس أموال أجنبية، وذلك أن جزءا من هذه الأرباح والفوائد من المحتمل أن يحول إلى خارج الإقليم.
 5. تأخذ المزايا العينية عادة شكل توفير بعض التسهيلات المعيشية للأفراد مثل الإسكان والتعليم والعناية الصحية والأندية الترفيهية.
 6. يحدد ويحسب صافي منافع التوزيع لمجموعة اجتماعية أو إقليم من الأقاليم على أساس أسعار السوق الفعلية المتوقعة خلال سنة عادية من عمر المشروع.
 7. استبعاد كافة المدفوعات المحولة للخارج عند حساب صافي القيمة المضافة الوطنية.
 8. لا تتضمن المنافع التي تؤول إلى أصحاب الأجور الجزء المحول إلى الخارج من أجور العاملين الأجانب، كما لا تتضمن الأرباح التي تخص أصحاب الأرباح الجزء المحول إلى الخارج من الأرباح والفوائد الخاصة برأس المال الأجنبي، عند تحليل الأثر على التوزيع.
 9. تحديد الإطار الذي يمكن بواسطته تتبع صافي منافع التوزيع في حالة أثر التوزيع بالنسبة للمجموعات الاجتماعية. ويمكن بسهولة تصنيف البنود في هذه الحالة إلى مجموعتين: ذوي الدخل المنخفض وذوي الدخل المرتفع وذلك للحصول على مظهر آخر من مظاهر أثر التوزيع على المجموعات الاجتماعية.
 10. تحديد الإطار الذي يمكن بواسطته تتبع أثر التوزيع بالنسبة للمناطق.
 11. تحديد الإطار العام لكيفية تحليل صافي القيمة المضافة المحلية وتوزيعها بين صافي القيمة المضافة الوطنية (المستخدمة داخل الدولة) والمدفوعات المحولة إلى الخارج (المستخدمة خارج حدود الدولة).
- ج- حساب معدل التوزيع:** و هو أحد المعاملات التي تسعى إلى تحقيق الربط بين القيمة المضافة التي يحصل عليها الإقليم أو الحكومة أو صاحب الأرباح أو أصحاب الأجور و بين صافي القيمة الوطنية المتولدة من المشروع خلال السنة العادية و ذلك بهدف الحكم على مدى صلاحية المشروع من وجهة نظر الاقتصاد الوطني مع ضرورة الملاحظة أنه حتى يمكن قبول المشروع لا بد و أن تتفق منافع التوزيع مع سياسات المجتمع و أهدافه، و فيما يلي بعض المعاملات المشتقة من معامل التوزيع:¹

¹ محمد الصبري، مرجع سبق ذكره، 365.

1-معامل التوزيع لأصحاب الأرباح:

القيمة الإسمية المتوقعة للأرباح و المزايا العينية لأصحاب الأرباح المحليين لسنة عادية

القيمة الإسمية لصافي القيمة المضافة المتوقعة الناتجة عن المشروع خلال نفس السنة العادية

2-معامل التوزيع لأصحاب الأجور:

القيمة الإسمية المتوقعة للأجور و المزايا العينية التي يقدمها المشروع خلال سنة عادية

القيمة الإسمية للقيمة المضافة المتوقعة الناتجة من المشروع خلال نفس السنة العادية

3-معامل التوزيع الخاص بالحكومة:

القيمة الإسمية للضرائب و مختلف الإيرادات المتوقع الحصول عليها خلال سنة عادية

القيمة الإسمية لصافي القيمة المضافة المتوقعة الناتجة عن المشروع خلال نفس السنة العادية

ثالثا- الأثر الصافي على الصرف الأجنبي أو ميزان المدفوعات:

ويتم ذلك من خلال تحديد الأثر الصافي للمشروع على ميزان المدفوعات، ويعتبر هذا الأثر هاما جدا بالنسبة للدول التي تعاني من عجز دائم في ميزان المدفوعات، لذا يجب التركيز هنا على صافي الأثر على تدفقات المشروع من النقد الأجنبي، وتقدير أثر المشروع على استبدال الواردات إذا كان يقوم إنتاج منتجات تحل الواردات¹. ويتم إجراء تقدير صافي الأثر على الصرف الأجنبي على خطوات أربع:

أ- تحديد صافي التدفقات من الصرف الأجنبي الخاصة بالمشروع:

يتطلب حساب آثار المشروع على ميزان المدفوعات تحليلا لإجمالي التدفقات الداخلة والخارجة للمشروع من الصرف الأجنبي لكل سنة من سنوات إنشاء وتشغيل المشروع، وعلى مدى عمره الاقتصادي ككل، حيث يعمل تحديد الآثار المحسوبة سنويا على تبيان الموقف السنوي لميزان المدفوعات في حين أن المجموع الكلي للآثار السنوية سيصور تأثير المشروع على موقف الصرف الأجنبي للدولة خلال فترة عمر المشروع. وعادة ما يتم إنشاء جدول يتضمن العناصر الأساسية لحساب التدفقات الداخلة والخارجة من الصرف الأجنبي للمشروع².

¹ نور الدين تمجفدين، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 233، 234.

و تحتسب القيمة الحالية لهذه التدفقات عن طريق خصمها بمعامل الخصم الاجتماعي و يتم تحديد الأثر الصافي للمشروع تبعا لذلك بالمعادلة التالية:

القيمة الحالية للأثر الصافي للمشروع على الصرف الأجنبي = القيمة الحالية للتدفقات الداخلة من العملات الأجنبية- القيمة الحالية للتدفقات الخارجة من الصرف الأجنبي.

و بدها إذا كان ناتج المعادلة السابقة موجبا يكون تأثير المشروع على ميزان المدفوعات إيجابيا، فيما يكون تأثيره سلبيا عندما يكون الناتج سالبا.¹

ب- تحديد أثر مجموعة من المشروعات على ميزان المدفوعات:

بغرض التخطيط لميزان المدفوعات وعلاقته ببرنامج استثماري؛ يفضل قياس تأثير مجموعة من المشروعات على ميزان المدفوعات للدولة من خلال حساب صافي التدفقات الإجمالية من الصرف الأجنبي لكل مشروع من هذه المجموعة، والتي يتم تحديد صافي أثرها على ميزان المدفوعات للدولة من خلال جمع المقادير السنوية المتعلقة بكل مشروع، بحيث تضاف هذه المقادير أو الأرقام إلى الفائض (أو تخصم من العجز) في ميزان المدفوعات الوطني، مع ملاحظة أن هذه الخطوة تكون ضرورية فقط في حالة وجود برنامج استثماري أو مجموعة مشروعات، إذ في حالة وجود مشروعات منفردة يتم الانتقال مباشرة إلى الخطوة المتعلقة باستبدال الواردات.

ج- حساب أثر المشروع فيما يتعلق باستبدال الواردات:

يقيس هذا الأثر الوفورات المتوقعة في الصرف الأجنبي كنتيجة لإحلال منتجات المشروع محل الواردات، و يتم حساب هذا الأثر عند القيمة "سيف CIF" للكمية السابق استيرادها (أو التي كان من المنتظر استيرادها) من المنتجات التي يقوم المشروع حاليا بإنتاجها وعرضها في السوق المحلي.

د- حساب الأثر الصافي للمشروع على الصرف الأجنبي:

يتضمن الأثر الصافي للمشروع على الصرف الأجنبي أثر إحلال الواردات المحسوب في الخطوة السابقة بحيث تظهر النتيجة على شكل مجموع صافي أثر المشروع على الصرف الأجنبي محسوبا على مدى عمر المشروع سواء كان سلبيا أو إيجابيا.²

¹ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 490.

² سمير محمد عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 237، 238.

رابعاً- الأثر على البيئة:

تعتبر الآثار البيئية التي يمارسها المشروع من أهم العناصر التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند تقييم الربحية الاجتماعية للمشروع، و الخطوة الأولى في التقييم هي تقسيم هذه الآثار إلى آثار بيئية موجبة تتمثل في المنافع البيئية التي تعود على المجتمع من جراء تنفيذ المشروع، و آثار بيئية سلبية تتمثل في التكاليف التي يتحملها المجتمع نتيجة لتدهور البيئة المحيطة بالمشروع، و من الطبيعي أن يفضل اختيار المشروع من وجهة النظر البيئية الذي يدي من التكاليف البيئية التي يتحملها المجتمع و يعظم من المنافع التي يحصل عليها هذا الأخير من تنفيذ المشروع.

خامساً- الآثار الخاصة بالمعرفة الفنية:

إلى جانب المعايير السابقة تشكل مساهمة المشروع في تنمية المعرفة الفنية و رفع قدرات و مهارات العمالة المحلية و تغير سلوكيات المجتمع إلى الأفضل أهمية عند تقييم المشروع من الناحية الاجتماعية، غير أن ثمة صعوبة لقياس آثار المعرفة الفنية كمياً. و يختلف حجم تأثير المشروع على المعرفة الفنية في المجتمع باختلاف حجم المشروع و التكنولوجيا المستخدمة و موقع المشروع، و كلما كان حجم المشروع كبيراً كلما تزايد أثره على المعرفة الفنية. و يفضل المشروع الذي يساهم في رفع و إثراء الكفاءات و المعارف الفنية في البلد.¹

¹ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص 490.

خلاصة:

تبين لنا من خلال ما سبق أن تقييم الربحية التجارية للمشروعات السياحية أو ما يعرف بالتقييم المالي للمشروعات يسمح بالتوصل إلى اختيار البديل أو المشروع الذي يحقق أهداف المستثمر الخاص، وبالتالي فهو يساعد على تجاوز القرارات الفردية والعشوائية وفي نفس الوقت يساعد على التخفيف من درجة المخاطرة للأموال المستثمرة. كما تبين لنا أن تقييم الربحية الاجتماعية للمشروعات السياحية أو ما يعرف بالتقييم الاقتصادي للمشروعات يستهدف تقييم مدى مساهمة هذه المشروعات في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية، وهي تختلف بذلك في العديد من الجوانب مع تقييم الربحية التجارية - رغم تشابههما في الشكل والمضمون.

و هناك العديد من المعايير التي تستخدم في تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية، منها ما لا يأخذ القيمة الزمنية للنقود بعين الاعتبار رغم أهميتها، ومنها ما يعتد بها من خلال خصم التدفقات النقدية المستقبلية المتوقعة، وبالنظر لدرجة المخاطرة وعدم التأكد المحيطة بالمستقبل ظهرت معايير أخرى، تعتبر تكميلية لمعيار القيمة الحالية الصافية، من خلال تعديل معدل الخصم وكذا تحليل الحساسية الخاصة بالتدفقات النقدية.

وتعتمد عملية تقييم الربحية الاجتماعية على معايير تقيس الآثار الشاملة أو الجزئية للمشروع على الاقتصاد الوطني والمجتمع، ويعتبر معيار القيمة المضافة أهم معايير تقييم الربحية الاجتماعية كما يعتمد باعتباره المعيار الرئيسي لتحليل الربحية الاجتماعية على معايير أخرى مكملة تدعم التحليل وتقيس أثر المشروع السياحي على العمالة سواء المباشرة أو غير المباشرة والعمالة الماهرة وغير الماهرة، كما يمكن قياس أثر المشروع على التوزيع سواء توزيع القيمة المضافة بين فئات وطبقات المجتمع، أو بين الأقاليم والمناطق المختلفة داخل البلد، كما يستهدف التحليل الإضافي للربحية الاجتماعية قياس الأثر الصافي للمشروع السياحي على الصرف الأجنبي، البيئة و المعرفة الفنية.

الفصل الرابع

واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم
الربحية التجارية و الإجتماعية للإستثمار
في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل

تمهيد

تزخر ولاية جيجل بالعديد من المقومات السياحية تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا واعداء، وتتنوع الإمكانيات السياحية في ولاية جيجل، فنجد الشواطئ التي تمتد على مسافة 120 كلم، كما نجد المحميات الطبيعية والجبال ذات الطبيعة العذراء والقرى الريفية التي لا تزال محافظة على التراث والتقاليد. و رغم الكنوز السياحية التي تمتلكها ولاية إلا أنها تعاني من عجز كبير في هياكل الاستقبال التي لا توفر حاليا سوى 2148 سرير متمثلة في 28 مؤسسة فندقية، كلها لا تستجيب للمقاييس الدولية (غير مصنفة) ، و لتدارك هذا العجز تشدد الجهات الوصية على إعطاء الأولوية في التعامل مع القطاع لتوفير و تأهيل الهياكل السياحية، إذ تشهد المرحلة الراهنة تسارعا في مجال التنافس بهدف الرفع من قدرات الاستقبال من خلال تشييد الاستثمارات حيث تشير الأرقام إلى وجود أكثر من 52 مشروع سياحي معتمد على مستوى الولاية في إطار تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلا أن وضعية هذه المشاريع و الوقت المستغرق في تجسيدها جعل من عملية الاستثمار السياحي تواجه تحديات كبرى متعلقة أساسا بالدراسات المتعلقة بها و جدواها الاقتصادية، و هذا ما سنسلط عليه الضوء في دراستنا الميدانية لهذه المشاريع، حيث تم انتقاء ما يناسب الدراسة وأهدافها من الإجراءات المنهجية، وسوف يعرض هذا الفصل بعد قراءة في وضعية قطاع السياحة بولاية جيجل الاستراتيجية المنهجية المناسبة لموضوع الدراسة من خلال التطرق إلى المحاور التالية:

- منهجية وإجراءات الدراسة
- اختبار أداة الدراسة
- عرض وتحليل بيانات الدراسة
- اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الأول: وضعية الاستثمار السياحي بولاية جيجل

تعرف ولاية جيجل بطابعها السياحي وتتوفر على العديد من الإمكانيات والمؤهلات الطبيعية ومقومات البنية التحتية، ما يؤهلها لتكون وجهة جذب في المجال السياحي إذا ما كان هناك عمل جاد على مستوى تنشيط الاستثمارات السياحية والرفع من طاقات هياكل الاستقبال ونوعيتها وترويجها كوجهة سياحية ذات جاذبية تجعل القطاع السياحي يتكامل مع قطاعات اقتصادية أخرى لتحقيق التنمية المنشودة

المطلب الأول: مقومات الاستثمار السياحي بولاية جيجل

جيجل من الولايات الجزائرية التي تتربع على مقومات سياحية، طبيعية، وبنية تحتية تجعل من قطاع السياحة مؤهلا ليكون من أهم قطاعات التنمية المحلية نشاطا.

أولا- المقومات الطبيعية والجغرافية

تحتل ولاية جيجل موقعا استراتيجيا في الشمال الشرقي للوطن، وهي الولاية رقم 18 تقدر مساحتها بـ 2398 كلم²، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الجنوب ولايتي سطيف وميلة، ومن الشرق ولاية سكيكدة، ومن الغرب ولاية بجاية، يسودها مناخ متوسط معتدل ورطب في فصل الشتاء، حار وجاف في فصل الصيف، تمتزج فيها الشواطئ والخلجان مع سلاسل الجبال والغابات بما يجعلها مقومات لأنواع سياحية مختلفة.

1- مقومات السياحة الشاطئية (الساحلية): يمتد الساحل الجيجلي على طول 120 كم من زيامة منصورية غربا، إلى واد زهور شرقا، أين تصادفك شواطئ وخلجان متناثرة على طول الساحل، يضم الشاطئ الجيجلي 50 شاطئا منها شواطئ رملية وأخرى صخرية، وهو عبارة عن لوحة طبيعية خلابة تتعانق فيها الجبال مع البحر يطلق عليه اسم الكورنيش الجيجلي، ويعتبر من أجمل الشواطئ الوطنية وأطولها، يستقبل سنويا مئات الآلاف من المصطافين من مختلف مناطق الوطن خاصة في الفترة الممتدة من شهر جوان إلى شهر سبتمبر¹.

2- مقومات السياحة البيئية: جيجل منطقة جبلية بالدرجة الأولى بنسبة تصل إلى 82% من المساحة الإجمالية وتمتلك غابات كثيفة تشجع على خلق وتطوير منتجات في السياحة البيئية (الجبلية، الصيد البحري...)، حيث أن 47% من مساحة الولاية عبارة عن غابات تقدر بـ 11500 هكتار، كما تتوفر الولاية على محميات طبيعية ذات أهمية (المحمية الطبيعية بني بلعيد، الحظيرة الوطنية لتازة)، وبحيرات طبيعية وعدد من المغارات أهمها الكهوف العجيبة، بالإضافة إلى مساحة واسعة للصيد البحري،

¹ مونوغرافيا ولاية جيجل، منشورات مديرية السياحة والصناعة التقليدية، 2019 ص 3-4.

وتربية المائيات مما يمكن من خلق فضاءات أخرى للتنمية السياحية متمثلة في السياحة الجبلية و سياحة الصيد والصيد إضافة إلى السياحة الشاطئية².

ثانيا- مقومات البنية التحتية

تتوفر ولاية جيجل على شبكة هامة من الهياكل القاعدية المتنوعة والتي تعتبر الشريان الأساسي لكل عملية استثمارية.

أ- شبكة الطرقات: تتمتع الولاية بشبكة طرقات كثيفة نسبيا تسمح بهيكله وتنظيم التنمية السياحية بالولاية، وهي المسالك المفضلة في النشاط السياحي وتقد بـ 1756 كلم تتنوع بين طرق وطنية، ولائية، بلدية وحتى جبلية غاية، ستدعم مستقبلا بمنفذ يربط الولاية بالطريق السيار شرق غرب الذي عرف مؤخرا لأسباب متعددة ولازال في طور الإنجاز.

ب- السكة الحديدية: ترتبط جيجل بشبكة السكة الحديدية الوطنية بخط يبلغ طوله 137 كلم، والمجهز بثماني محطات ومحطة أخرى للفرز بطاقة شحن تصل إلى 8 مليون طن من البضائع سنويا، ويشهد عملية تحديث في الآونة الأخيرة خصوصا فيما يتعلق بجانب المسافرين، وهي عملية هامة تحتاج إلى رؤية إستراتيجية ذات أهداف سياحية بالدرجة الأولى.

ج- المطارات والموانئ: تتوفر الولاية على:

- ميناء تجاري جن جن: بطاقة استيعاب 4.5 مليون طن سنويا يستجيب لكل التقنيات الحديثة في مجال النقل البحري، يحتوي على أرضية عقمها يصل إلى 182م موصول مع أهم محاور الاتصالات لا سيما المنفذ شمال جنوب جيجل - سطيف وخط السكة الحديدية في انتظار استكمال ربطه بمنفذ الطريق السيار شرق - غرب بما يجلبه من المحاور المفضلة للنقل الأورو متوسطي، بما يساهم في تنشيط سياحة الأعمال وتجاوز موسمية السياحة المعروفة عن الولايات الساحلية غالبا.

- موانئ الصيد البحري: بكل من جيجل وزيامة منصورية مع إمكانية نقل المسافرين منهم وما له من أثر في تنشيط الحركة السياحية، بالإضافة إلى تنشيط سياحة الصيد والصيد البحري والإيكو سياحية بصفة عامة، بالإضافة إلى ميناء للنزهة والصيد كذلك في مرحلة الإنجاز الأخيرة بالعوانة.

- مطار دولي: بموقع استراتيجي على بعد كيلومترات من ميناء جن جن وعاصمة الولاية ودوائرها الكبرى من شأنه أن يسهل الحركة السياحية ويساهم في تطويرها بشكل جيد كون قطاع السياحة والنقل مرتبط بشكل أساسي وهام.

² نفس المرجع السابق، ص 5-6.

– **السدود:** تتوفر الولاية على خمسة سدود كلها مستغلة، متناغمة مع سلسلة الجبال المنتشرة على ربوع الولاية بما يجعلها مقوماً آخر من مقومات السياحة البيئية.

هـ – **الهيكل التعليمية:** تتوفر جيجل على جامعة بقطبين بالإضافة إلى عديد مراكز التكوين (15) بالإضافة إلى معهد وطني، ومدرسة متخصصة في السياحة.

ثالثاً: قدرات الاستقبال والتأطير بولاية جيجل¹

تتوفر ولاية جيجل على أنواع مختلفة من طاقات الإيواء تبقى غير كافية في موسم الاصطياف إذ يشهد الطلب السياحي عليها ذروته تتمثل في مجملها كآآتي:

أ – **الطاقة الفندقية للاستقبال:** تمتلك ولاية جيجل هياكل فندقية تمتاز بالضعف عموماً والتباين في التوزيع مما يجعلها بعيدة عن الطلب في السوق السياحي خارج موسم الصيف واستغلال الإمكانيات المتاحة، إذ يمكن تقديمها كالتالي:

• المؤسسات الفندقية المستغلة:

بالولاية 28 مؤسسة فندقية بطاقة استيعاب تقدر بـ 2148 سرير، توجد منها 24 مستغلة بطاقة استيعاب تقدر بـ 1907 سرير تشغل 248 مستخدم فيما تبقى 04 منها مغلقة لأسباب مختلفة بطاقة استيعاب تقدر بـ 241 سرير.

• المرتقب دخولها حيز الاستغلال:

قرية عطل بمنطقة التوسع السياحي تاسوست تتكون من 48 وحدة من نوع f3 بطاقة استيعاب 240 سرير في إطار الاستثمار السياحي الخاص وقد حطت على إعطائه الخزينة للمشروع والشروع في الاستغلال، بالإضافة إلى فندق بطاقة استيعاب 27 سرير وقاعة متعددة الخدمات في إطار الاستثمار السياحي الخاص (عقد امتياز) ببلدية الطاهير، زيادة على متفق فندقية للتأجير تتكون من 11 شقة من نوع f2 بطاقة استيعاب 68 سرير والتي تشغل خلال موسم الاصطياف دون حيازتها على رخصة الاستغلال بسبب عدم إدراجها ضمن مخطط التهيئة السياحية لمنطقة وغياب شهادة مطابقة للمشروع، حيث أن عملية تكليفها وفق أحكام المرسوم الجديد رقم 158/19 المؤرخ في 30 أفريل 2019 جارية حيث تجدر الإشارة أن هذا المرسوم اعتمد تصنيف جديد لمؤسسات الفندقية يقوم على إعطاء تعريف محدد للمؤسسة الفندقية وتقسيمها إلى خمسة أنواع:

¹ الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعية التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، ص 3-4.

● تعريف المؤسسة الفندقية حسب المرسوم 158/19 في المادة 02:31

" يقصد بمؤسسة فندقية في مفهوم هذا المرسوم، كل مؤسسة ذات طابع تجاري تستقبل زبائن مارين أو مقيمين دون أن يتخذوها سكنا لهم، وتوفر لهم أساسا خدمات الإقامة مصحوبة بالخدمات المرتبطة بها".

يمكن أن تزود المؤسسة الفندقية، بالنظر إلى نوعها ومكان وجودها، بمرافق تقدم خدمات الإطعام والتسليّة والتنزه والتنشيط والتداوي والرفاهية والراحة والرياضة والمؤتمرات والمجمع البحري (كمارينا) وبناء النزهة وجميع الأنشطة الأخرى المتعلقة بالسياحة".

* تصنيف المؤسسات الفندقية حسب المرسوم 158/19: حيث صنف المؤسسات الفندقية حسب هذا المرسوم إلى خمس أصناف وهي:

✓ الفنادق

✓ المركبات السياحية أو قرى العطل

✓ شقق الفنادق أو الإقامة الفندقية

✓ الموتيلات أو نزل الطريق

✓ المخيمات السياحية

حيث يعتبر المفهوم الجديد هذا أو التقسيم المعتمد في هذا المرسوم تحولا نوعيا في مفهوم المؤسسة الفندقية إذ كان تعريفها القانوني من خلال المرسوم التنفيذي 46-200 مقتصرًا على فكرة الإيواء والخدمات المرتبطة به حيث عرفت المادة 02 من هذا المرسوم المؤسسة الفندقية².

" يقصد بمؤسسة فندقية في مفهوم هذا المرسوم، كل مؤسسة تمارس نشاطها فندقيا" ويعد نشاطا فندقيا كل استعمال بمقابل لهياكل الأساسية الموجهة أساسا للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به، وتتكون هذه الهياكل الأساسية من مؤسسات وإيواء تحددها المواد المذكورة أدناه ويستأجرها زبائن يقيمون بها من أسبوع واحد إلى شهر دون أن يتخذوها سن لهم.

حيث يعتبر التعديل الذي طرأ على التعريف القانوني للمؤسسة الفندقية بالجزائر إيجابيا يساير تطورات النشاط السياحي وتنوع مجالاته وكذا تطور حركة السفر الأشخاص وميلهم للاستفادة من خدمات أوسع في إطار تنقلاتهم سواء بغرض سياحي بحث أو الأغراض متداخلة تجارية سياحية طبية

¹ المادة 02: المرسوم التنفيذي 158/19، مرجع سبق ذكره، ص 03.

² المادة 02: المرسوم التنفيذي 46-2000، مؤرخ في 25 ذي القعدة 1420 الموافق الأول مارس 2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها، ج ر رقم 10، الصادرة في 05 مارس 2000، ص5.

أعمال... الخ وهذا ما ترجمته كذلك التعديل الخاص بأنواع المؤسسات الفندقية في الجزائر حيث تم حصرها في 05 أنواع بعدما كانت موزعة على مد أنواع بتنوع من التكرار.

● المخيمات العائلية:

تتوفر الولاية على 07 مخيمات تجارية بطاقة استيعاب 1485 سرير، يشغل منها خلال السنوات الأخيرة مخيمات فقط (02) بطاقة استيعاب تقدر بـ 365 سرير ويشغل على مستواها 46 مستخدم، أما المتبقى منها فلم تستغل خلال الفترة الأخيرة لأنها مغلقة بموجب قرارات ولائية، بالإضافة إلى ثمان (08) مخيمات تابعة للخدمات الاجتماعية بطاقة استيعاب تقدر بـ 2220 سرير¹.

● وكالات السياحة والأسفار:

بالولاية 33 وكالة سياحية وأسفار تشتغل 102 مستخدم، بعدما كان عددها سنة 2015 يبيع وكالات فقط، يتمثل نشاطها في تنظيم رحلات داخلية وخارجية مع بداية انتعاش السياحة المستقبلية للأجانب حيث عاجلت هذه الوكالات 633 ملف لسياح أجانب سنة 2015 و 400 ملف سنة 2019، كما عاجلت 18439 ملف لسياح جزائريين بين سنة 2018 و 20442 ملف سنة 2019، ورغم أن الرقم يبقى ضعيف إلا أنه مقارنة بسنوات سابقة يشهد انتعاش وتطور لأداء هذه الوكالات ولو نسبيا حيث غلب على نشاطها سابقا تسويق منتج العمرة والحجرة، ويشهد نشاط الأخيرة ركودا تاما جراء الأزمة الصحية العالمية وتداعياتها على قطاع السياحة والسفر².

وعلى هذا يمكن القول أنه بالرغم منها تمتلكه ولأية جيجل من مقومات طبيعية وجغرافية هائلة تجعلها ولاية سياحية بامتياز وكذا تمتعها ببنية تحتية مقبولة يمكن من خلالها تطوير مخططات النقل الضرورية لأي حركة سياحية، إلا أن هذه الأخيرة تبقى رهينة هياكل الاستقبال المتواضعة التي تتوفر عليها الولاية وكذا ضعف الترويج لها كوجهة سياحية خارج موسم الاصطياف لتجاوز ثنائية العرض والطلب المقيد للسعر بطبيعة الحال، حيث أن الرفع من طاقات الاستقبال ونوعيتها فيما يتماشى مع الطلب يمكن من تحسين أسعار الخدمات السياحية والرفع من جودتها ليس في فصل الصيف فقط، وإنما على طول السنة مع الفارق بالطبع لهذا الفصل كوقت ذروة، ذلك أن الولاية تستطيع السياحة البيئية وحتى سياحة الأعمال في ظل المشاريع الاقتصادية المبرمجة في القطاعات الأخرى.

¹ الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، ص 04

² نفس المرجع السابق، ص 5.

المطلب الثاني: محفزات الاستثمار السياحي بولاية جيجل

بالإضافة إلى إمكانيات الاستثمار السياحي التي تتوفر عليها ولاية جيجل أفرت السلطات قاعدة هيكلية للاستثمار السياحي ممثلة في مناطق التوسع السياحي وتم اعتماد مخططات للتهيئة السياحية بغرض تنمية هذه المناطق كما تم توفير الإطار القانوني لتنويع الاستثمار السياحي وعدم اختصاره على السياحة الساحلية من خلال التأسيس للاستثمار في السياحة البيئية متمثلة على الخصوص في السياحة الجبلية و البيسكا سياحة، وهذا تماشيا مع الطلب السياحي المتنامي على النشاط السياحي بولاية جيجل الذي يعتبر محفزا أساسيا وعاملا مهما في الدفع بالاستثمارات السياحية خصوصا في ظل الفجوة بينه وبين العرض السياحي المتواضع من حيث المنشآت والخدمات والتنوع.

أولا- القاعدة الهيكلية للاستثمار بولاية جيجل "مناطق التوسع السياحي"

تتمتع ولاية جيجل بقاعدة هيكلية لا بأس بها لإقامة الاستثمارات السياحية ممثلة أساسا بمناطق التوسع السياحي المنتشرة عبر الولاية والبالغ عددها حسب التشريع 19 منطقة التوسع¹ إلا أن المساحة الإجمالية لهذه المناطق أخذت في التقلص شيئا فشيئا نتيجة التوسع العمراني، والاقتطاعات المختلفة، زيادة على احتوائها على أراضي زراعية خصبة يرفض بعض المستغلين لها التنازل عنها لغرض إقامة المشاريع السياحية، حيث اقترحت السلطات الولائية على الجهات الوصية إلغاء 08 مناطق بصفة كلية وهي بوبلاطن، الوجلة، تازة، أولاد بوالنار، بني قايد، أفنيس، القنار، سيدي عبد العزيز، في حين طلبت إعادة النظر في مساحة 05 مناطق للتوسع السياحي وهي: "عدوان علي كازينو، العوانة، بني بلعيد، بازول" حيث أصبحت عملية تطهير وتقييم مناطق التوسع السياحي ذات ضرورة ملحة لتطبيق مختلف مخططات التهيئة السياحية لهذه المناطق التي تستدعي في المقام الأول تطهير العقار السياحي الذي ستقام عليه هذه المخططات.

ثانيا- الطلب السياحي على ولاية جيجل

حسب التقارير الدورية لمديرية السياحة لولاية جيجل تشهد الولاية نسقا تصاعديا في الطلب السياحي عليها كوجهة سياحية مفضلة في ما يخص السياحة الداخلية حيث يتجاوز الإقبال عليها 10 ملايين مصطاف سنويا، أين يشهد موسم الاصطياف طلبا مرتفعا على الفنادق والمخيمات ومختلف المرافق الأخرى، التي تظل عاجزة عن استيعاب الأعداد الهائلة من المصطافين كما أنها غالبا ما تعجز عن التوافق مع طلباتهم حيث أصبح نمط "الإقامة عند القاطن" السمة البالغة للإيواء السياحي بالولاية،

¹ المرسوم رقم 232/88، المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409، الموافق لـ 05 نوفمبر سنة 1988 المتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي، الجريدة الرسمية عدد 51، المؤرخة في 14 ديسمبر 1988، ص ص 13-15.

حيث يشير التقرير السنوي لمديرية السياحة لسنة 2019، أن عدد الشقق التي تم كرائها خلال الموسم على مستوى الولاية قدر حوالي 10.000 شقة بعدد دورات قدرت بـ 07 دورات، بمتوسط حجم العائلة 06 أفراد أي ما يعادل 540000 مصطاف¹.

وبالتالي هذا النوع من الطلب السياحي وبهذا الحجم يعتبر محفزا لإقامة مشاريع استقبال تتلاءم وتتوافق مع موسمية هذا الطلب السياحي ونوعه.

ثالثا- محفزات الاستثمار في السياحة البيئية

بالإضافة إلى المحفزات المتعلقة بالسياحة الشاطئية من توفر العقار السياحي المناسب لإقامة هياكل الاستقبال اللازمة لتغطية الطلب السياحي المتزايد سنة بعد أخرى، أقرت السلطات مجموعة من التدابير لتشجيع السياحة البيئية كذلك ممثلة في السياحة الجبلية و سياحة الصيد البحري أو ما يعرف بالبيسكا سياحة حيث:

- تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 16-203 المؤرخ في 22 شوال 1437 الموافق لـ 27 جويلية، الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاطات النقل البحري الحضري والنزهة البحرية، حيث وضع هذا المرسوم الأساس القانوني لنشاط سياحة الصيد البحري أو ما يعرف بالبيسكا سياحة، لأول مرة في الجزائر، وثالث تجربة عالمية بعد فرنسا وإيطاليا حيث أقر هذا المرسوم في مواد من 24 إلى 33 الشروط المتعلقة بتنفيذ البيسكا سياحة سواء مع تعلق منها بحجم الباخرة المطعم أو باخرة الصيد، أو باخرة التنزه، بالإضافة إلى شروط ممارسة هذا النشاط، والترخيص به².

- كما تم إصدار الوزاري المشترك رقم 156 في 10 فيفري 20145 المتعلق بتنفيذ المرسوم التنفيذي 06-368 المؤرخ في 19 أكتوبر 2006، الذي يحدد النظام القانوني لرخصة استغلال غابات الاستجمام بولاية جيجل وكذا شروط وكيفيات منحها والذي بناء عليه تم عرض 07 مواقع غاية للاستثمار في إطار غابات الاستجمام وهي: " بوعزون، زمالة إبييس، تاحنوت، المشاكي، كيسير، تسودة، بوالصيود".

حيث يعتبر هذا النوع من السياحة الجبلية ذات جاذبية استثمارية كذلك كون 80% من مساحة الولاية ومقوماتها الطبيعية ذات تضاريس جبلية كما أن الطلب عليها في السنوات الأخيرة أصبح لصيقا بالسياحة الشاطئية.

¹ الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل سنة 2019، ص 29.

² لمزيد من التفصيل راجع المواد من 19-63 من المرسوم التنفيذي رقم 16-203 مؤرخ في 20 شوال 1437 الموافق لـ 25 يوليو 2016،

يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاطات النقل البحري الحضري والنزهة البحرية.

إن الطلب السياحي على المقومات السياحية الموجودة بولاية جيجل يعتبر كل متكامل بين السياحة الشاطئية والسياحة الجبلية والبيئية، والقاسم المشترك لكل هذه الأنواع هو ضرورة الاستثمار في هياكل الاستقبال المناسبة لاستقطاب قاصدي هذه الأنواع من السياحة سواء كانوا محليين أو حتى أجنب.

المطلب الثالث: واقع المشاريع السياحية بولاية جيجل

في إطار مخطط التهيئة السياحية لولاية جيجل **SDAT jigel**، تم إعطاء الأهمية لإعداد مخططات تهيئة مناطق التوسع السياحي والمصادقة عليها كونها الأساس للترخيص بإقامة المشاريع السياحية، والاستفادة من العقار السياحي، حيث تم إعداد مختلف الدراسات المتعلقة بمناطق التوسع السياحي التي لا تزال قابلة للاستغلال ولم تقترح للاستغلال منها ما تم المصادقة عليه ومنها ما هو بصدد الدراسة:

أولاً- المشاريع المقترحة من خلال مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي:

تم إعداد مخططات التهيئة السياحية لثمان مناطق للتوسع السياحي على مستوى ولاية جيجل حيث تم المصادقة من طرف السلطات المركزية على خمس مخططات لمناطق التوسع السياحي وهي: العوانة، عدوان علي، تاسوست كازينو، رأس العافية، في حين لا تزال مخططات كل من مناطق التوسع السياحي لبني بلعيد دار الواد، وبرج بليدة قيد الدراسة: حيث كانت المشاريع المقترحة من خلال هذه المخططات كالتالي:

1- منطقة التوسع السياحي العوانة: حيث تتمثل مجموع المشاريع المبرمجة بها في: فندق أربع نجوم، فندقين من 3 نجوم، أربع فنادق ذات نجمتين، ستة مواقع لإنجاز إقامات سياحية، مجموعة بانغالوهات بالإضافة إلى مركزين تجاريين، ومختلف المرافق الإدارية والفنية الأخرى¹، حيث تقدر الطاقة الاستيعابية الكلية لهذه المشاريع 3120 سرير في حين تستهدف إنشاء 6589 منصب شغل، 2481 مباشر 4108 منصب غير مباشر.

2- منطقة التوسع السياحي تاسوست: وتتمثل مجموع المشاريع المبرمجة بهذه المنطقة في أربع فنادق، إقامة فندقية، 5 مركبات سياحية "قرى العطل" بالإضافة إلى مركز راحة ومركز تجاري ومختلف المرافق الأخرى والمواقف والمساحات الخضراء، وتقدر الطاقة الاستيعابية لهذه المشاريع بـ 2344 سرير في حين تستهدف خلف 4688 منصب شغل منها 1758 مباشر 2930 غير مباشر².

¹مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، العوانة، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، ملحق المخطط، ص5.

²مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، تاسوست، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، ملحق المخطط، ص25.

3- منطقة التوسع السياحي كازينو: تتضمن البطاقة التقنية المصادق عليها لهذه المنطقة إنجاز 06 فنادق إقامة فندقية، مركز معالجة بمياه البحر مع إقامة سياحية، أكواريم "أحواض سمك" بالإضافة إلى مركز تجاري ومواقف سيارات.¹

4- منطقة التوسع السياحي عدوان علي: وتتضمن كمشاريع على المخطط، خمس فنادق، خمس إقامات فندقية، مخيمين سياحيين "شاليهات"، مركز لياقة مع إقامة سياحية، منطقتين للاسترخاء والترفيه بالإضافة إلى مركز تجاري وفضاءات أخرى إدارية وخدمائية.²

5- منطقة التوسع السياحي رأس العافية: حيث يقترح المخطط الخاص بهذه المنطقة إقامة، فندقين، نزلي طريق، ثلاث قرى للعطل، إقامتين سياحيتين، فندق مع مركز معالجة بمياه البحر، شاليهات بالإضافة إلى مواقف سيارات، بطاقة استيعابية تقدر بـ 1021 سرير.³

6- منطقة التوسع السياحي برج بليدة: تتضمن البطاقة التقنية لها إقامة بيت للشباب، خمس قرى للعطل، فندقين، إقامتين سياحيتين بـ 96 و 80 شقة سياحية، مركز بحري، مركزين سياحيين للإقامة عند القاطن، 45 شقة و 12 شقة، ساحة لخيمة كبرى، بالإضافة إلى موقف سيارات بالطوابق، مركز تحميم، محطة وموقف حافلات ومرافق أخرى، حيث تستهدف هذه المشاريع تشغيل 2387 عامل مباشر وغير مباشر بطاقة سريرية تقدر بـ 4543 سرير.⁴

7- منطقة التوسع السياحي دار الواد: حيث يتضمن المخطط الخاص بهذه المنطقة إقامة فندقين، منازل سياحية مفروشة، ومحلات خدمائية و إطعام بطاقة استيعاب تقدر بـ 206 سرير، مع توفير 154 منصب شغل مباشر و 275 منصب غير مباشر.⁵

8- منطقة التوسع السياحي بني بلعيد: ويتضمن المخطط الخاص بمنطقة التوسع السياحي هذه إقامة 06 فنادق بالإضافة إلى إقامتين سياحيتين، مركز للفروسية والتنس، حديقة للحيوانات والترفيه بالإضافة إلى مواقف للسيارات ومطاعم ومرافق خدمية أخرى بطاقة استيعاب تقدر بـ 969 سرير.⁶

حيث يمكن القول أن مخططات التهيئة لمناطق التوسع السياحي سواء المصادق عليها أو التي هي في طور المصادقة تتضمن مشاريع واعدة ومعتبرة من الناحية النظرية لكن يبقى التطبيق العملي على أرض

¹ مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، كازينو، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، ملحق المخطط، ص2.

² مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، عدوان علي، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل، ملحق المخطط، ص2.

³ مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، رأس العافية، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل.

⁴ مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، برج بليدة، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل.

⁵ مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، دار الواد، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل.

⁶ مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي، بني بلعيد، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل.

الواقع بعيد جدا عما هو مخطط ومقترح، فعلى سبيل المثال منطقة التوسع السياحي العوانة التي كانت أول مخطط تم المصادقة عليه والذي يعود تاريخه لسنة 2015 ورغم منح تراخيص الامتياز ورخص البناء لأغلب المواقع المحددة، إلا أن عديد العراقل حالت دون تجسيد المشاريع منها ما يتعلق بأصحاب المشاريع وعدم جديتهم فمنهم من لم ينطلق إلى غاية اليوم في إنشاء مشروعه ومنهم من هو متوقف ومنهم من يعاني من مشاكل تقنية تعترض منطقة التوسع في حد ذاتها حيث رفض أغلب الفلاحين وملاك الأراضي الخاصة التنازل عن أراضيهم والقبول بالتعويضات التي رصدتها لهم الدولة، وحتى عملية التهيئة والربط بمختلف القنوات تعاني من مشاكل جمة نتيجة لما ذكر آنفا، وبالمقابل هناك عديد المشاريع الخاصة التي تم الترخيص بإقامتها خارج مناطق التوسع السياحي، وغالبا في إطار الملكية الخاصة للعقار.

ثانيا: الوضعية الإجمالية لمشاريع الاستثمار السياحي بولاية جيجل

في إطار تنفيذ مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي المصادق عليها والتراخيص الممنوحة لإقامة المشاريع السياحية سواء على مستوى هذه المناطق أو خارجها في إطار المشاريع المقدمة على الملكية الخاصة للأفراد، يوضح الجدول الموالي وضعية المشاريع السياحية بقطاع السياحة بولاية جيجل من حيث عددها ومدى التقدم في إنجازها.

الجدول رقم (23) وضعية مشاريع الاستثمار السياحي بولاية جيجل إلى غاية جوان 2020

التعيين	العدد	عدد الأسرة	مناصب الشغل
1- مشاريع معتمدة	52	6751	2684
المشاريع غير المنطلقة	28	2401	1021
المشاريع في طور الإنجاز	16	2675	1223
المشاريع المتوقفة	08	940	390
2- المشاريع على مستوى الوزارة	03	508	67

المصدر: الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، ص 13.
من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة الغالبة من المشاريع السياحية المعتمدة لم تنطلق بعد حيث تمثل تقريبا نصف المشاريع، في حين لا يوجد إلا 16 مشروع سياحي قيد الإنجاز على مستوى الولاية، في ظل وجود 08 مشاريع متوقفة لأسباب مختلفة حيث يعتبر هذا العدد من المشاريع قليل جدا مقارنة بحجم الطلب السياحي "خصوصا في فترة الصيف" على المرافق السياحية، كما أن العدد المعتمد أصلا لا يزال بعيد كل البعد عما هو مخطط له في إطار مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي

الأمر الذي يتطلب دراسة معمقة لأسباب الفشل في الانطلاق بهذه المشاريع وإقامتها، واستغراقها لوقت طويل يؤثر على مردوديتها، حيث يمكن أن يكون سبب ذلك هو عدم القيام بدراسات وتقييمات سابقة تأخذ في الحسبان كل الظروف المتعلقة بإقامة مشروع سياحي على مستوى ولاية جيجل، وهذا ما سنحاول الإجابة عليه من خلال الدراسة الميدانية لمعرفة واقع اعتماد دراسات الجدوى وتقييم الربحية التجارية والاجتماعية للاستثمار على مستوى المشاريع السياحية الأنفة الذكر.

المبحث الثاني: الدراسة الميدانية "واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للإستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل"

نتناول في هذا الباب الإطار التطبيقي للدراسة و الذي يكتسي أهمية بالغة في كشف تفاصيل الواقع المدروس، وبالتالي تقييم مدى صحة الفرضيات التي انطلق منها الباحث واعتمد عليها، سواءا بالتأكيد أو النفي ومن ثم تعميمها على الحالات والظواهر المشابهة في الواقع المكاني والزمني. حيث سنتناول في هذا الباب منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية، اختبار أداة الدراسة، لنصل بعد ذلك إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة، ثم اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: منهجية وإجراءات الدراسة

نستعرض في هذا الجزء مختلف إجراءات تطبيق أداة الدراسة من خلال تحديد حدود الدراسة بمجالاتها المتنوعة (الزمنية، المكانية، البشرية، الموضوعية)، ثم إبراز مجتمع الدراسة، بالإضافة إلى شرح المنهج التي تم استعماله (الاستبيان)، لنختتم هذا الجزء باستعراض أهم الأدوات والأساليب الإحصائية التي تم الاعتماد عليها في معالجة وتحليل البيانات المتحصل عليها من الدراسة.

أولاً- حدود الدراسة:

تمثلت حدود هذه الدراسة في المجالات التالية:

1. الحدود الزمنية: يتمثل المجال الزمني في الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة الميدانية بشكل عام، وتحديدًا فقد كان ذلك خلال السنة الجامعية 2020 حيث كانت الانطلاقة مع بداية شهر جانفي 2020، من خلال قيام الباحث ببعض الزيارات الميدانية للمؤسسات صاحبة المشاريع السياحية بولاية جيجل، وإجراء مقابلات شخصية مع بعض مالكي و مسؤولي هذه المشاريع، حيث شهدت هذه العملية صعوبة بالغة و فترات من التوقف بسبب إجراءات الحجر الصحي وعزوف المؤسسات عن التواصل مع مختلف فئات الباحثين بسبب وباء كورونا خاصة في ولاية جيجل التي عانت كثيرا من حدة الجائحة. حيث واصل الباحث دراسته وخرجاته الميدانية عمليا مع بداية شهر أفريل 2021 بعقد مقابلات أخرى مع عدة مسؤولين عن قطاع السياحة في الولاية، الشيء الذي سمح له بجمع البيانات

الأولية لبناء استمارة الاستبيان في شكلها الأولي، والتي تم البدء في توزيعها بداية من سبتمبر 2021 بعد إجراء التعديلات اللازمة. و أخذت عملية استرجاعها فترة معتبرة وصلت إلى خمسة أشهر نتيجة توقف أغلب المشاريع و صعوبة التواصل مع مالكيها و المسؤولين عن متابعتها و تنفيذها، خصوصا مع حرصنا على إيصال الاستبيانات بشكل مباشر، و شرح مضمونها قبل الإجابة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة.

2. الحدود المكانية: لمعرفة واقع اعتماد تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للإستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل ، استهدفت الدراسة المشاريع السياحية في ولاية جيجل والمتمثلة في: مشاريع قيد الإستلام، مشاريع في طور الإنجاز، مشاريع متوقفة، مشاريع غير منطلقة و مشاريع على مستوى الوزارة قصد المصادقة على المخططات. هذه المشاريع تمثل حركية الاستثمار السياحي في ولاية جيجل في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الخاص بالولاية و هدفه القائم على خلق ديناميكة في القطاع و الرفع من الطاقة الفندقية و قدرات الإستقبال .

3. الحدود البشرية: هذا المجال يقتصر على العناصر الممثلة لأفراد المجتمع الذي نريد إجراء الدراسة عليه، ويتكون من مجموعة مالكي المشاريع السياحية بولاية جيجل كأفراد أو كمؤسسات من خلال الإطارات المسؤولة عن متابعة اعتماد هذه المشاريع أو إدارتها و القيام بالدراسات المتعلقة بها و متابعة تنفيذها في قطاع السياحة في ولاية جيجل، كون موضوع الدراسة يتطلب هذه الفئة من العناصر ذات الدراية والمعرفة بالشؤون الإدارية والتنظيمية و التقنية و الفنية لهذه المشاريع من جهة، كما أنهم مسؤولون عن مصير هذه المشاريع و القرارات المتخذة في شأنها و الجدوى المرجوه من تنفيذها من جهة أخرى.

4. الحدود الموضوعية: هذه الدراسة قائمة على معرفة مدى مساهمة تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للإستثمار في دعم مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل (مشاريع في طور الإنجاز، مشاريع متوقفة، مشاريع غير منطلقة و مشاريع على مستوى الوزارة قصد المصادقة على المخططات) ، وذلك بدراسة واقع تطبيق دراسات الجدوى الإقتصادية للمشاريع و معايير الربحية التجارية و الاجتماعية على هذه المشاريع من خلال المحاور الآتية:

✓ مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية واقع ممارسة مبدأ المساءلة

✓ دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية

✓ تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

في بعض الأحيان من الصعوبة بل من المستحيل بما كان القيام بالبحث على جميع مفردات المجتمع الأصلي، نظرا لما قد يتعرض له الباحث من صعوبات و تكاليف باهظة يمكن أن تترتب على ذلك، صنف إلى ذلك الوقت الذي قد يستغرقه ذلك الأمر، فضلا عن المتاعب التي تتعلق بالبيانات والمعلومات وتصنيفها وتنظيمها لكل مفردة من مفردات المجتمع، لذا يلجأ الباحث إلى دراسة واختيار عينة من المجتمع الأصلي للبحث، بشرط أن تمثل جميع المفردات أو العناصر المكونة للمجتمع الأصلي تمثيلا صادقا وعادلا يعطي نفس الحظوظ لكل مفردة من مفردات المجتمع، وهذا يستلزم من الباحث أن يختار العينة على أساس تكافؤ فرص الاختيار لمفردات المجتمع الأصلي للبحث حتى يمكن تعميم النتائج المستخلصة من جراء دراسة العينة على سائر أفراد المجتمع موضوع الدراسة.

1. مجتمع الدراسة: يراد بمجتمع الدراسة "جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث"¹، أو هو: "جميع عناصر ومفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"².

إن التحديد الدقيق والواضح لمجتمع الدراسة أمر بالغ الأهمية، لأنه سيساعد الباحث ويمكنه من تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع، وبما أن الدراسة الحالية هي دراسة ميدانية حول مشاريع الإستثمار السياحي بولاية جيجل في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بمختلف و ضيعاتها يكون المجتمع المستهدف محصور في:

* المشاريع السياحية في طور الإنجاز ، والبالغ عددها 16 مشروع (02 نزل، 07 فنادق، 03 إقامات سياحية، 03 منازل سياحية مفروشة، 01 قرية عطل).

* المشاريع السياحية المتوقفة و البالغ عددها 08 مشاريع (04 إقامات سياحية، 03 فنادق، بالإضافة إلى نزل).

* المشاريع السياحية غير المنطلقة ، والبالغ عددها 28 مشروع (01 نزل، 11 فندق، 04 إقامات سياحية، 12 منازل سياحية مفروشة).

* المشاريع السياحية على مستوى الوزارة للمصادقة ثلاثة مشاريع (توسيع فندق ، و إقامتين سياحيتين).

¹ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأساليبه وأدواته، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص223.

² عبد المنعم أحمد الدردير، الإحصاء البارامترى واللابارامترى في اختبار فروض البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2006، ص21.

مما سبق، يتضح أن حجم مجتمع الدراسة المتمثل في عدد المشاريع الإستثمارية السياحية بمختلف وضعياتها و مراحل اعتمادها و إنجازها و الواردة في التقرير السنوي لسنة 2020 الصادر عن مديرية السياحة لولاية جيجل قدر بـ 55 مشروع سياحي.

2. عينة الدراسة: تشكل العينة نموذجاً يشمل جانباً أو جزءاً من محددات المجتمع الأصلي المعني بالبحث التي تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات. ومن التعريفات التي وضعها الباحثون لتعريف العينة ما يلي:

➤ العينة هي: جزء من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع، وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث.¹

➤ العينة: تمثل مجموعة جزئية من المجتمع الأصلي للبحث، يتم اختيارها بطريقة علمية منظمة من جميع عناصر مفردات المجتمع وبنسبة معينة، بحسب طبيعة البحث وحجم المجتمع الأصلي، بحيث تحمل نفس الصفات أو الخصائص المشتركة وتعمل على تحقيق أهداف البحث.²

على الرغم من وجود اختلافات حول موضوع الحجم المناسب للعينة توجد عوامل مهمة يستطيع الباحث أن يسترشد بها ويأخذها بعين الاعتبار عند تحديد حجم العينة، وهي كما يأتي³:

● طبيعة مجتمع البحث: ويقصد به مدى تجانس أو تباين أفراد المجتمع الأصلي للبحث، فإن كان مجتمع البحث متجانساً أمكن تقليل حجم عينة البحث، وإن كان مجتمع البحث غير متجانس فلا بد من زيادة عدد أفراد عينة البحث.

● منهجية البحث: فالبحوث المسحية الوصفية مثلاً تستلزم زيادة نسبية في حجم العينة، وكذلك الحال في البحوث التجريبية.

● حجم مجتمع البحث: عندما يكون المجتمع الأصلي للبحث صغيراً نسبياً يتطلب من الباحث اختيار عينة أكبر حتى يمكن تمثيل جميع مفرداته خاصة إذا كان المجتمع غير متجانس، أما بالنسبة إلى المجتمع الكبير فإن حجم العينة يفضل أن يكون بنسبة 10% وهي نسبة يمكن أن تكون كافية مع ملاحظة أنها ليست مطلقة، بل قابلة للتعديل، وقد تتوقف على عوامل ومعايير أخرى.

● يجب أن توفر العينة أكبر قدر من المعلومات المحققة والموضوعية عن المجتمع الكلي للبحث.

¹ محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2015، ص 88.

² حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2014، ص 126

³ نفس المرجع السابق، ص 126، 127.

هذا، وتوصل الباحث "اوماسيكاران" (Uma Sekaran) إلى بعض العلامات الاسترشادية التي يمكن الاستعانة بها في تحديد العينة المناسبة، حيث يعتبر أن حجم العينة الواقع بين 30-500 مفردة مناسب لمعظم الدراسات.¹

لتحديد حجم العينة في الدراسة الحالية بناء على المجتمع المحدد عدده ب 55 مشروع سياحي في وضعيات مختلفة بقطاع السياحة بولاية جيجل، سنعمد على معادلة "Steven Thompson" لتحديد الحد الأدنى للعينة. هذه المعادلة صيغت على النحو الآتي:²

$$n = \frac{N p(1-p)}{(N-1)\left(\frac{d^2}{Z^2}\right)+p(1-p)}$$

حيث أن:

n حجم العينة

N حجم المجتمع

Z الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي إلى 1.96

d نسبة الخطأ وتساوي 5%

P نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي 50%

وعليه يقدر حجم العينة الأدنى في دراستنا الحالية كما يلي:

$$n = \frac{55 (0.5)(0.5)}{(55-1)\left(\frac{0.05^2}{1.96^2}\right)+0.5(1-0.5)} \cong 49$$

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه كلما كان حجم العينة أكبر من 49 وأقرب لجميع مفردات مجتمع الدراسة والمقدرة ب 55 كلما كان ذلك أفضل لتمثيليتها للمجتمع قيد الدراسة.

على ضوء ما سبق، ولتعذر الوصول إلى كافة أفراد مجتمع الدراسة قام الباحث باختيار عينة ملائمة تضم 49 مشروعاً استثمارياً من مختلف المشاريع السياحية على اختلاف وضعياتها بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

¹ أحمد حسين الرفاعي، *مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية*، دار وائل للنشر والتوزيع، ط5، عمان، الأردن، 2007، ص157.

² Steven K. Thompson, **Sampling**, Third Edition, Published by John Wiley & Sons, INC, USA, 2012, p51

ولإجراء الدراسة الحالية اعتمد الباحث على العينة العشوائية الطبقية (Statified Random Sample) التي تعتبر من العينات شائعة الاستخدام، أين يتم تقسيم المجتمع إلى مجتمعات جزئية (Subpopulations) تسمى طبقات، بحيث تكون مفردات كل طبقة متجانسة بالنسبة للخصائص المطلوب دراستها، وباختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة من هذه الطبقات يتم أخذ العينة الطبقية. وعادة ما تستخدم العينة الطبقية عندما يكون المجتمع غير متجانس، عندها يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات (strata)، بحيث تكون مفردات كل طبقة متجانسة مع بعضها بالنسبة للخصائص المطلوب دراستها¹.

في السياق نفسه تعد العينة العشوائية الطبقية من العينات الدقيقة التي يلجأ إليها الباحث للحصول على عينة أكثر تمثيلاً، وعلى بيانات علمية في المجتمعات التي يدرسها الباحث، هذا الأخير قام بتقسيم أفراد مجتمع الدراسة إلى ثلاثة فئات أو أقسام بحسب الصنف الذي يدرسه (نزل، فندق، إقامة سياحية، منازل سياحية مفروشة)، ثم يقوم باختيار عينة عشوائية من كل فئة أو صنف بما يتناسب مع العدد الكلي للمجتمع الأصلي للدراسة. حيث هناك عدة طرق لاختيار المفردات من المجتمع الجزئي أو الطبقة نذكر منها التوزيع المناسب الذي استخدمناه في دراستنا، بحيث تكون نسبة مفردات كل طبقة في العينة مساوية لنسبة مفردات نفس الطبقة في المجتمع، يطلق عليها بالعينة الطبقية النسبية، حيث يمكن حساب العينات بهذه الطريقة باستخدام المعادلة الآتية²:

$$\text{حجم العينة من كل طبقة} = \text{حجم العينة الكلي } X \times \frac{\text{حجم الطبقة}}{\text{عدد أفراد المجتمع الأصلي}}$$

فإذا كان:

$$\checkmark \text{ عدد أفراد المجتمع الأصلي للبحث} = 55$$

$$\checkmark \text{ حجم العينة الكلي} = 49$$

$$\checkmark \text{ حجم الطبقة الأولى (نزل)} = 4$$

$$\checkmark \text{ حجم الطبقة الثانية (فندق)} = 22$$

$$\checkmark \text{ حجم الطبقة الثالثة (إقامة سياحية)} = 13$$

$$\checkmark \text{ حجم الطبقة الرابعة (منازل سياحية مفروشة)} = 16$$

فإن:

¹ أحمد حسين الرفاعي، مرجع سبق ذكره، ص 149، 150.

² حسين محمد جواد الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص 132، 133.

$$04 \cong \frac{4}{55} \times 49 = \text{حجم العينة من الطبقة الأولى (نزل)}$$

$$20 \cong \frac{22}{55} \times 49 = \text{حجم العينة من الطبقة الثانية (فندق)}$$

$$12 \cong \frac{13}{55} \times 49 = \text{حجم العينة من الطبقة الثالثة (إقامة سياحية)}$$

$$15 \cong \frac{16}{55} \times 49 = \text{حجم العينة من الطبقة الثالثة (منازل سياحية مفروشة)}$$

هذا، وقد تم توزيع الاستبيان على عينة الدراسة عن طريق الاتصال الشخصي المباشر، حيث يمكن عرض الحصيلة العامة للاستبيان في الجدول (24).

الجدول رقم (24): الحصيلة العامة للاستبيان

الاستبيانات الصالحة للتفريغ	الاستبيانات المرفوضة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات الموزعة	البيان
15	00	15	15	المشاريع المعنية بالدراسة في طور الإنجاز
07	01	08	08	متوقفة
18	02	20	25	غير منطلقة
01	00	01	01	على مستوى الوزارة للمصادقة
41	03	44	49	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

نلاحظ من الجدول (24) أن من بين 49 استبانة تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، استرجع منها 44 استبانة فقط، وهو ما يمثل 90% من الاستبيانات الموزعة، تم استبعاد 03 استبيانات منها لعدم صلاحيتها للتفريغ بسبب عدم الإجابة على كل العبارات، ليبقى 41 استبيان صالح للتفريغ وقابل لإجراء التحليل، أي ما نسبته 83% من الاستبيانات الموزعة وهي نسبة جيدة لإجراء الدراسة.

ثالثا: أداة الدراسة

اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة للدراسة، فهو الأداة الأكثر استخداما في البحوث العلمية، وهو وسيلة فعالة لجمع المعلومات عن ظاهرة أو موقف معين أو مشكلة معينة، حيث يشكل نموذجا جاهزا يحتوي على مجموعة من الأسئلة حول الظاهرة المدروسة، ويلعب دورا مهما في تزويد الباحث بمعلومات واضحة وواقعية وكذلك في مرحلة التحليل واستخلاص النتائج. وهناك تعريفات عديدة للاستبيان نذكر منها ما يأتي:

- الاستبيان هو: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث¹.
- الاستبيان هو: وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحثي معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب².
إن اختيار الباحث للاستبيان كأداة للدراسة نابع من ميزات عديدة منها:³
 - * يمكن الحصول على معلومات من عدد كبير من المبحوثين متباعدين في الأماكن أو مجتمعين في مكان واحد بأقصر وقت مقارنة مع وسائل جمع المعلومات الأخرى.
 - * تعد المعلومات التي نحصل عليها من المبحوثين بواسطة الاستبيان أكثر موضوعية من وسائل جمع المعلومات الأخرى لأنها لا تحمل اسم المبحوث، الأمر الذي يحفزه على إعطاء معلومات موثوقة وصحيحة.
 - * يوفر الاستبيان للمبحوثين وقتا كافيا للتفكير في الإجابة من دون تعرضهم لضغوطات.
 - * يقلل من فرص التحيز سواء كان عند الباحث أم المبحوث لاسيما إذا وضعت الأسئلة بأسلوب علمي موضوعي.
 - * يمكن وصول الاستبيان إلى الأشخاص الذين يصعب مقابلتهم شخصيا.
- ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تصميم وبناء استبانة بالاعتماد على الإطار النظري، والدراسات السابقة ذات العلاقة ببعض متغيرات الدراسة، حيث تضمنت 66 عبارة مع تبني الشكل المغلق الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل عبارة، وقد اشتملت الاستبانة على المحاور التالية:
 - المحور الأول: يحتوي على المتغيرات الشخصية والوظيفية المتعلقة بالمستثمر صاحب المشروع و المشروع الإستثماري في حد ذاته ، وذلك للتعرف على خصائص عينة الدراسة والوقوف على مدى تأثيرها على نتائج الدراسة وهي: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، طبيعة التخصص، الخبرة في مجال الاستثمار السياحي و الاستثمار بصفة عامة هذا بالنسبة للمستثمر صاحب المشروع، أما المعلومات المتعلقة بالمشروع فتمثلت في: عمر المشروع، الشكل القانوني، مصادر تمويل المشروع، مكان إقامة المشروع، شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع، نوعية المشروع السياحي.

1 حسين محمد جواد الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص147.

2 أحمد حسين الرفاعي، مرجع سبق ذكره، ص181.

3 عصام حسن أحمد الدليبي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014، ص92،93.

– **المحور الثاني:** و يضم الأجزاء المتعلقة بالاهتمام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع من خلال العلاقة بين المستثمر و دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، حيث تم تشكيل 17 عبارة تقيس مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية لدى القائمين على المشاريع السياحية في ولاية جيجل ، موزعة على ثلاثة أجزاء وفق التقسيم التالي:

❖ **الجزء الأول:** تضمن هذا الجزء 06 عبارات (من 01 إلى 06) تقيس نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية في ولاية جيجل.

❖ **الجزء الثاني:** لقياس سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع في اتخاذ القرار المتعلق بالمشاريع السياحية في ولاية جيجل تم تشكيل عبارات هذا الجزء الذي تضمن 06 عبارات (من 07 إلى 12).

❖ **الجزء الثالث:** تضمن هذا الجزء 05 عبارات (من 13 إلى 17) تقيس معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع في المشاريع المتعلقة بالقطاع السياحي في ولاية جيجل.

– **المحور الثالث:** و يضم الأجزاء المتعلقة بدراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، حيث تشكيل 27 عبارة لقياس درجة تطبيق دراسة الجدوى التفصيلية على مستوى المشاريع المختلفة بقطاع السياحة في ولاية جيجل موزعة على أربعة أجزاء وفق التقسيم التالي:

❖ **الجزء الأول:** تضمن هذا الجزء 07 عبارات (من 18 إلى 24) تقيس درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى التسويقية في تنفيذ المشاريع الإستثمارية بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

❖ **الجزء الثاني:** تضمن هذا الجزء 06 عبارات (من 25 إلى 30) تقيس درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى الفنية في تنفيذ المشاريع الإستثمارية بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

❖ **الجزء الثالث:** تضمن هذا الجزء 06 عبارات (من 31 إلى 36) تقيس درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى القانونية في تنفيذ المشاريع الإستثمارية بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

❖ **الجزء الرابع:** تضمن هذا الجزء 08 عبارات (من 37 إلى 44) تقيس درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى المالية في تنفيذ المشاريع الإستثمارية بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

– **المحور الرابع:** و ضم الجزئين المتعلقين بتقييم ربحية المشاريع الإستثمارية بقطاع السياحة في ولاية جيجل، حيث تضمن 22 عبارة خاصة بتقييم الربحية التجارية من وجهة نظر المستثمر و تقييم الربحية الاجتماعية من وجهة نظر الدولة، موزعة كالتالي:

❖ الجزء الأول: لقياس درجة تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية للمشاريع في تنفيذ المشاريع السياحية بقطاع السياحة في ولاية جيجل تم تشكيل عبارات هذا الجزء الذي تضمن 12 عبارات (من 45 إلى 56).

❖ الجزء الثاني: لقياس درجة تطبيق معايير تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع في تنفيذ المشاريع السياحية بقطاع السياحة في ولاية جيجل تم تشكيل عبارات هذا الجزء الذي تضمن 09 عبارات (من 57 إلى 66).

رابعا: مقياس الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على المقياس الذي طوره الباحث *Ransis Likert* عام 1932، ويعرف بـ "مقياس ليكرت" "*Likert Scale*"، وهو: "عبارة عن مجموعة من العبارات (العناصر) المعروضة في حالة حقيقية أو افتراضية قيد الدراسة، يُطلب من المشاركين إظهار مستوى الاتفاق (من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة) على البيان المعطى (العناصر) على مقياس متري، حيث أن جميع البيانات في التركيبة تكشف عن البعد المحدد للموقف من القضية"¹.

إن هذا المقياس مكون غالبا من خمسة خيارات متدرجة يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها، وحتى تتمكن من قياس اتجاهات المبحوث فإننا نقوم بإعطاء نقاط أو درجات إلى هذه الاختيارات تتدرج من (1) إلى (5)، بحيث تعطى الدرجة (5) إلى موافق بشدة في حالة العبارات الموافقة للاتجاه موضوع الدراسة، وتعطى الدرجة (1) إلى إجابة غير موافق بشدة في حالة العبارات الموافقة كذلك، بينما باقي الإجابات تتراوح بين (1 و5) كما هو موضح في الجدول (25).

الجدول رقم (25): معاملات ترجيح أداة الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي

الاجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة القياس	01	02	03	04	05

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

Rensis Likert, **A Technique for the measurement of attitudes**, Archives of psychology, N^o.140, New York University, june 1932, p17.

ولإستخدام مقياس ليكرت وتحليل ومقارنة نتائج الدراسة عمد الباحث إلى حساب المدى وطول كل

فئة على النحو التالي:

¹ Ankur Joshi et al, **Likert Scale: Explored and Explained**, British Journal of Applied Science & Technology, 2015, p397.

• المدى *The Range*

يتم حساب المدى وفق العلاقة التالية: $R = X_{max} - X_{min}$ حيث أن:

X_{max} : تمثل أعلى درجة بمقياس ليكرت أي تساوي 05

X_{min} : تمثل أدنى درجة بمقياس ليكرت أي تساوي 01

وعليه يكون المدى كما يلي: $R = 05 - 01 = 04$

▪ طول الفئة

يتم حساب طول الفئة بقسمة المدى على عدد الفئات n ، وذلك وفق العلاقة: $L = \frac{R}{n}$

وفي الدراسة الحالية اعتمدنا مقياس ليكرت الخماسي ما يعني أن لدينا 5 فئات، وعليه:

$$L = \frac{X_{max} - X_{min}}{n} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

بعد ذلك تتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (01) لتحديد الحد الأعلى لأول فئة (1.80=01+0.80)، وتحدد الحدود العليا وباقي الفئات على النحو الذي يوضحه الجدول (26).

الجدول رقم (26): فئات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها

رقم الفئة	الفئة	الوزن	طول الفئة	مستوى الموافقة
01	غير موافق بشدة	01]1.80 - 01]	منخفض جدا
02	غير موافق	02] 2.60 - 1.80]	منخفض
03	محايد	03]3.40 - 2.60]	متوسط
04	موافق	04]4.20 - 3.40]	مرتفع
05	موافق بشدة	05]5.00 - 4.20]	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الباحث

خامسا: أدوات وأساليب المعالجة الإحصائية

من أجل المعالجة الإحصائية للبيانات التي تم جمعها من أفراد العينة استخدم الباحث برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار 26 (Statistical package for social sciences version 26)، والذي يرمز له اختصارا SPSS.V26، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الأساليب الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل: التكرارات، إحصاءات النسب، المتوسطات،

الانحرافات...الخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل: معامل الارتباط، التباين الأحادي...الخ. وفيما يلي عرض لمجموعة الأساليب الإحصائية التي سنستخدمها في معالجة بيانات هذه الدراسة.

1. المدى *The Range* : المدى هو أبسط مقاييس التشتت التي يستخدمها الباحث لوصف البيانات بقصد معرفة مدى تشتت البيانات في التوزيع، فهو المسافة الممتدة بين الدرجة العليا والدرجة الدنيا في التوزيع بعد ترتيب البيانات تصاعدياً أو تنازلياً على خط مستقيم. ويعرف المدى في البيانات ذات التوزيع التكراري بأنه الفرق بين الحد الأعلى الحقيقي للفئة العليا والحد الأدنى الحقيقي للفئة الدنيا.¹ في ضوء هذا المفهوم تم الاعتماد على المدى من أجل تحديد طول فئات مقياس ليكرت الخماسي، المستخدم في عبارات المحور الثاني و الثالث و الرابع من الاستبيان، وقد كان المدى كما سبقنا الإشارة إليه بين أكبر وأصغر قيمة لدرجات مقياس ليكرت مساوياً ل: $(5-1=4)$.

2. التكرارات *Frequencies* والنسب المئوية *Percentages* : تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص و المتغيرات الشخصية والوظيفية للمستثمر (صاحب المشروع / المؤسسة) و المتغيرات التي تقيس الخصائص التنظيمية للمشروع ، وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان.

3. المتوسط الحسابي المرجح : استعمل الباحث المتوسط الحسابي المرجح لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات محاور الدراسة ، وهو يساعد كذلك على ترتيب العبارات حسب متوسطها الحسابي. هذا المؤشر يمكن حسابه عن طريق جمع الدرجات مرجحة بأوزانها وقسمتها على عددها حسب الصيغة التالية:

$$\bar{X} = \frac{\sum ni xi}{N}$$

حيث أن:

ni عدد خيارات عينة الدراسة للخيار الواحد، مثلاً بالنسبة للخيار "موافق" عبارة من عبارات محاور الدراسة.

X_i درجة الموافقة لأفراد عينة الدراسة وهو يتراوح بين 1 و 5 في دراستنا

N يمثل مجموع أفراد العينة، وفي دراستنا يقدر بـ 41 فرد (عدد الاستبيانات الصالحة للتفريغ)

4. الانحراف المعياري المرجح : يعد من أهم مقاييس التشتت التي تستخدم على نطاق واسع في تحليل البيانات الإحصائية، يقيس قرب أو بعد القيم عن الوسط الحسابي. حيث استخدم الباحث هذا المقياس

¹ حسين محمد جواد الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص270.

لمعرفة مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من محاور الدراسة عن متوسطها الحسابي. وكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تركيز استجابات أفراد عينة الدراسة وانخفاض تشتتها، والعكس صحيح. كما أنه يفيد في ترتيب المتوسطات حالة تساوي بعضها، أين يكون المتوسط الأقل قيمة في الانحراف المعياري هو الأفضل في الترتيب. هذا، ويمكن حساب الانحراف المعياري المرجح بالعلاقة الإحصائية الآتية:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum ni (xi - \bar{x})^2}{N}}$$

حيث أن:

n_i عدد خيارات عينة الدراسة للخيار الواحد، مثلاً بالنسبة للخيار "موافق" لعبارة من عبارات محاور الدراسة.

x_i درجة الموافقة لأفراد عينة الدراسة وهو يتراوح بين 1 و 5 في دراستنا

\bar{x} المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الاستبيان ومحاوره الرئيسية والفرعية

N يمثل مجموع أفراد العينة، وفي دراستنا يقدر بـ 41 فرد (عدد الاستبيانات الصالحة للتفريغ)

5. معامل الارتباط بيرسون *Pearson Correlation*: إن الهدف من دراسة الارتباط هو الكشف عن قوة أو درجة العلاقة بين متغيرين أو أكثر، وتراوح درجة العلاقة بين متغيرين بين $1+$ و -1 . فكلما كانت درجة الارتباط قريبة من ± 1 فإن ذلك يعني أن الارتباط قوي بين المتغيرين، وكلما ابتعدت عنها ضعفت شدة العلاقة بين المتغيرين. وفي الدراسة الحالية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون للتأكد من الصدق البنائي - الاتساق الداخلي - لأداة الدراسة، أي لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وكذلك معرفة مدى وجود علاقة بين محاور الدراسة. حيث يمكن حسابه وفق العلاقة الإحصائية التالية:

$$r = \frac{COV(x,y)}{\sigma_x \sigma_y}$$

حيث أن:

$COV(x,y)$ التباين المشترك بين المتغيرين (x,y)

σ_x الانحراف المعياري للمتغير الأول للدراسة

σ_y الانحراف المعياري للمتغير الثاني للدراسة

6. معامل الثبات ألفا كرونباخ *Cronbach's alpha*: يستخدم هذا المعامل لقياس مدى ثبات أداة القياس من ناحية الاتساق الداخلي لعبارات الأداة، فأداة القياس تتمتع بالثبات إذا كانت تقيس سمة محددة قياسا يتصف بالصدق والاتساق. يأخذ معامل ألفا كرونباخ قيمة تراوح بين 0 و 1، حيث كلما اقتربت هذه القيمة من الواحد دل ذلك على أن درجة الاتساق الداخلي مرتفعة، واعتبرت أداة الدراسة أكثر ثباتا، والعكس صحيح.

7. معامل الالتواء والتفرطح *Coefficient of torsion and kurtosis*: تم استخدام معامل الالتواء لمعرفة ما إذا كانت بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي الذي يأخذ شكل المنحنى الجرسى، أما معامل التفرطح فتم استعماله لمعرفة حجم التذبذب (الارتفاع والانخفاض) في قيمة المنحنى مقارنة بمنحنى التوزيع الطبيعي.

8. اختبار *t* لعينة واحدة *One Sample T-Test*: يعتبر هذا الاختبار من أهم الاختبارات الإحصائية، وقد تم استخدامه من أجل اختبار فرضيات الدراسة.

9. اختبار *t* للعينات المستقلة *T-Test for independent samples*: تم استخدامه لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف خصائصهم ومميزاتهم الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى فئتين (تحتوي على خيارين).

10. اختبار تحليل التباين الأحادي *One Way Anova*: تم استخدامه لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف خصائصهم ومميزاتهم الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين (تحتوي على أكثر من خيارين).

المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة

للوصول إلى نتائج علمية دقيقة كان لزاما على الباحث ضرورة التحقق والتأكد من مدى جودة أداة الدراسة، أي بيان صدق الأداة صدقا ظاهريا وصدقا بنائيا، وكذا دراسة ثباتها.

أولا: صدق أداة الدراسة (الاستبيان)

يراد بصدق أداة الدراسة أن تقيس الاستبانة ما وضعت أصلا لقياسه، بمعنى أن فقراتها وثيقة الصلة بموضوع البحث¹. أي أن الفقرات تفسر ما وضعت لقياسه ولا تفسر شيء آخر. وعليه سيتم التأكد

¹ غازي عناية، البحث العلمي: منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014، ص155.

من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري للأداة والصدق البنائي لها (الاتساق الداخلي) على النحو التالي:

1. الصدق الظاهري للأداة (صدق المحكمين): بعد إعداد أداة الدراسة (الاستبيان) في صورتها الأولية بالاعتماد على الإطار النظري والدراسات السابقة بشكل يخدم طبيعة موضوع الدراسة، قام الباحث بعرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين (أساتذة مختصين في العلوم الإقتصادية و التسيير والمنهجية، وعلوم الإحصاء)^(*)، وذلك لبيان ملاحظاتهم وآرائهم على عبارات الاستبيان ومدى وضوحها وملائمتها للأبعاد التي تقيسها، وشموليتها لتغطية كل محور من محاور الدراسة وتنج عن هذا التحكيم مجموعة من الملاحظات معظمها تركز حول إعادة صياغة بعض العبارات واجتناب الأسئلة الكثيرة في الاستبيان، وقد تم الأخذ بمختلف هذه الملاحظات والاقتراحات القيمة، حتى ظهر الاستبيان في صورته النهائية. ، وبناءا على ذلك تم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية^(**).

2. الصدق البنائي لأداة الدراسة (الاتساق الداخلي): بعد صياغة أداة الدراسة (الاستبانة) في صورتها النهائية و التأكد من الصدق الظاهري لها، تم الانتقال إلى التأكد من صدق الاتساق الداخلي الذي يقصد به مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المحور أو الجزء الذي تنتمي إليه هذه العبارة، حيث اعتمد الباحث عند التحقق من الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة بتطبيقها على عينة قوامها 41 مفردة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للجزء الذي تنتمي إليه، وبين الدرجة الكلية لكل جزء والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وبين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للأداة. وتم الاعتماد في ذلك على معامل الارتباط *Pearson*.

إذ و استنادا إلى الدراسة التي قام بها (Cohen .j 1988) فإن قيمة معامل الارتباط محصورة في الفئة

المغلقة $[-1, +1]$ ، حيث تتحدد نوعية الارتباط على النحو التالي:¹

✓ يكون الارتباط طردي تام إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي +1، أما إذا كانت قيمته تساوي -1 فيكون الارتباط عندها عكسي تام.

✓ يكون الارتباط بين متغيرين طردي قوي إذا كانت قيمة معامل الارتباط من 0.5+ إلى أقل من +1، أما إذا كانت قيمته من 0.5- إلى أقل من -1 فيكون الارتباط عندها عكسي قوي.

(*) : انظر الملحق 02.

(**) : انظر الملحق 01.

¹ Jacob Cohen, **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**, Second Edition, published by Lawrence Erlbaum Associates, USA, 1988, p116.

✓ يكون الارتباط بين متغيرين طردي متوسط إذا كانت قيمة معامل الارتباط من 0.3+ إلى أقل من 0.5+، أما إذا تراوحت قيمته من 0.3- إلى أقل من 0.5- فيكون الارتباط عندها عكسي متوسط.

✓ إذا كانت قيمة معامل الارتباط من 0 إلى أقل من 0.3+ يكون الارتباط بين المتغيرين طردي ضعيف، أما إذا تراوحت قيمته من 0 إلى أقل من 0.3- فيكون الارتباط عندها عكسي ضعيف.

* معاملات الارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للجزء الذي تنتمي إليه: الجداول الموالية تبين نتائج قياس صدق الاتساق الداخلي من هذا الاختبار:

الجدول رقم (27): قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني

الجزء	رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	01	0,907**	0.000
	02	0,870**	0.000
	03	0,839**	0.000
	04	0,943**	0.000
	05	0,949**	0.000
	06	0,923**	0.000
سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	07	0,565**	0.000
	08	0,435**	0.005
	09	0,760**	0.000
	10	0,514**	0.000
	11	0,554**	0.000
	12	0,677**	0.000
معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	13	0,771**	0.000
	14	0,866**	0.000
	15	0,868**	0.000
	16	0,861**	0.000
	17	0,858**	0.000

** دال إحصائياً عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v.26

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig} \leq 0.01$)، مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01، كما أن معاملات الارتباط للعبارات كانت محصورة بين 0.435 و 0.949، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب قوي بين كل عبارة و الجزء

الذي تنتمي إليه، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين كل عبارة العبارات و الجزء الذي تنتمي إليه، بمعنى أن عبارات المحور الأول صادقة فيما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (28): قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث

الجزء	رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
دراسة الجدوى التسويقية	18	0,824**	0.000
	19	0,868**	0.000
	20	0,856**	0.000
	21	0,769**	0.000
	22	0,819**	0.000
	23	0,831**	0.000
	24	0,805**	0.000
دراسة الجدوى الفنية (التقنية)	25	0,592**	0.000
	26	0,919**	0.000
	27	0,837**	0.000
	28	0,795**	0.000
	29	0,750**	0.000
	30	0,826**	0.004
	31	0,629**	0.000
دراسة الجدوى القانونية	32	0,652**	0.000
	33	0,508**	0.001
	34	0,582**	0.000
	35	0,331*	0.035
	36	0,452**	0.002
	37	0,662**	0.000
دراسة الجدوى المالية	38	0,722**	0.000
	39	0,791**	0.000
	40	0,690**	0.000
	41	0,708**	0.001
	42	0,639**	0.001
	43	0,712**	0.005
	44	0,683**	0.000

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

* دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v.26

من خلال الجدول (28) يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig} \leq 0.01$) لكل العبارات ماعدا العبارة رقم 35 فقد كان مستوى الدلالة ($\text{sig} = 0.035 \leq 0.05$)، مما يدل على أن جميع معاملات

الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 و 0.05، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط للعبارات كانت محصورة بين 0.331 و 0.919، وهذا يدل أن معامل الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لأجزائها يتراوح بين متوسط وقوي، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين جميع عبارات المحور الثالث وبين الدرجة الكلية لأجزائها، بمعنى أن عبارات المحور الثالث صادقة فيما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (29): قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث

الجزء	رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية	45	0,669**	0.003
	46	0,585**	0.000
	47	0,632**	0.000
	48	0,774**	0.000
	49	0,799**	0.000
	50	0,771**	0.000
	51	0,787**	0.000
	52	0,613**	0.000
	53	0,792**	0.000
	54	0,749**	0.000
	55	0,606**	0.000
تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع السياحية	56	0,542**	0.000
	57	0,612**	0.003
	58	0,565**	0.000
	59	0,393*	0.011
	60	0,472**	0.002
	61	0,436**	0.004
	62	0,534**	0.000
	63	0,416**	0.007
	64	0,429**	0.000
	65	0,528**	0.000
	66	0,600**	0.001

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

* دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v.26

من خلال الجدول (29) يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig} \leq 0.01$) لكل العبارات ماعدا العبارة رقم 59 فقد كان مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.011 \leq 0.05$)، مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 و 0.05، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط للعبارات كانت محصورة بين 0.393 و 0.799، وهذا يدل أن معامل الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية يتراوح بين متوسط وقوي، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين جميع عبارات المحور الرابع وبين الدرجة الكلية لأجزائها، بمعنى أن عبارات المحور الرابع صادقة فيما وضعت لقياسه.

* معاملات الارتباط بيرسون بين درجة كل جزء والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه: بما أن الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، فإن نتائج هذا الاختبار تبينها الجداول التالية:

الجدول رقم (30): قياس الصدق البنائي للمحور الثاني من الدراسة وأجزائه

المحور	الجزء	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	0,804**	0.000
	سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	0,330*	0.035
	معلومات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	0,758**	0.000

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

* دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v.26

من نتائج الجدول (30) يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.000 \leq 0.01$)، للجزئين الأول و الثالث بينما الجزء الثاني فقد كان مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.330 \leq 0.05$) مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 و 0.05، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط لأبعاد الدراسة كانت محصورة بين 0.330 و 0.804، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب متوسط وقوي بين كل جزء والمحور الذي ينتمي إليه استنادا إلى دراسة Cohen .j 1988 السابقة، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين درجة كل جزء والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، بمعنى أن محاور الدراسة صادقة فيما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (31): قياس الصدق البنائي للمحور الثالث من الدراسة وأجزائه

المحور	الجزء	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية	دراسة الجدوى التسويقية	0,862**	0.000
	دراسة الجدوى الفنية (التقنية)	0,358*	0.022
	دراسة الجدوى القانونية	0,402**	0.009
	دراسة الجدوى المالية	0,626**	0.000

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

* دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

من نتائج الجدول (31) يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.000 \leq 0.01$)، للجزئين الأول و الثالث و الرابع بينما الجزء الثاني فقد كان مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.022 \leq 0.05$) مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 و 0.05، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط لأبعاد الدراسة كانت محصورة بين 0.358 و 0.862، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب متوسط و قوي بين كل جزء والمحور الذي ينتمي السابقة، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين درجة كل جزء والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، بمعنى أن محاور الدراسة صادقة فيما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (32): قياس الصدق البنائي للمحور الرابع من الدراسة وأجزائه

المحور	الجزء	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية	تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية	0,860**	0.000
	تقييم الربحية الاجتماعية للمشاريع السياحية	0,740**	0.000

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

من نتائج الجدول (32) يتضح أن مستوى الدلالة ($\text{sig}=0.000 \leq 0.01$)، مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط لأبعاد الدراسة كانت محصورة بين 0.740 و 0.860، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب وقوي بين كل جزء والمحور الذي ينتمي إليه ، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين درجة كل جزء والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، بمعنى أن محاور الدراسة صادقة فيما وضعت لقياسه.

* معاملات الارتباط بيرسون بين درجة كل محور والدرجة الكلية لجميع المحاور: للتحقق من الصدق البنائي للإستبيان قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الإستبيان مع الدرجة الكلية للأداة، و الجدول الموالي يوضح نتائج ذلك:

الجدول رقم (33): قياس الصدق البنائي لأداة الدراسة و محاورها

المحور	عنوان المحور	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية Sig
الثاني	مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	0,743**	0.000
الثالث	دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية	0,813**	0.000
الرابع	تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية	0,823**	0.000

** دال إحصائيا عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v.26

من نتائج الجدول (33) يتضح أن مستوى الدلالة ($0.01 \leq \text{sig} = 0.000$)، مما يدل على أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01، كما نلاحظ أن معاملات الارتباط لأبعاد الدراسة كانت محصورة بين 0.743 و 0.823، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب وقوي بين كل محور و الدرجة الكلية للأداة ، وبالتالي يمكن القول أنه يوجد اتساق داخلي بين درجة كل محور والدرجة الكلية لأداة الدراسة، بمعنى أن أداة الدراسة صادقة فيما وضعت لقياسه.

مما سبق يتضح أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستويات الدلالة المتعارف عليها، ومن ثم يمكن القول أن درجات العبارات والأجزاء والمحاور تحقق الحد الذي يمكن معه قبول هذه الدرجات، و هذا ما يؤكد أن الإستبيان يتمتع بدرجة عالية من الإتساق الداخلي يطمئن الباحث أنه يقيس ما وضع لأجله و أنه صالح للتطبيق على عينة الدراسة.

ثانيا: ثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

الثبات هو مدى استقرار الدرجة التي يحصل عليها الباحث في مقياس يقيس لديه سمة معينة، حيث أنه إذا ما تم تطبيق أداة الدراسة على الشخص تحت نفس الظروف والشروط أكثر من مرة فإنه سيسجل نفس النتائج في كل مرة.¹ وفي الدراسة الحالية تم حساب ثبات الأداة باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ" لكل محور على حدى ولأداة الدراسة (محاور الدراسة ككل). وما تجدر الإشارة إليه أنه لا توجد قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لـ *Alpha Cronbach's*، إلا أنه من الناحية التطبيقية تشير عدة دراسات كدراسة Saad et al أن قيمة "ألفا كرونباخ" ممتازة إذا فاقت 0.90، وتكون جيدة بين 0.89 و0.80، ومقبولة في المجال من 0.70 إلى 0.79، أما إذا كانت دون 0.70 فقد تكون الأداة محدودة القابلية للتطبيق لكونها تعتبر ضعيفة.² هذا وقد جاءت نتائج ثبات أداة الدراسة التي استخدمها الباحث كما يوضحها الجدول (34).

الجدول رقم (34): نتائج الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	17	0.820
دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية	27	0,832
تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية	22	0,835
معدل الثبات الكلي (العام)	66	0.903

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

من نتائج الجدول (34) يلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ لكامل (محاور الدراسة) أداة الدراسة مرتفع (ممتاز) حيث بلغ 0,903، كما أن معاملات الثبات لمحاور الأداة قدرت بين 0,820 ، 0,832 ، و 0,835 ما يعني أن قيمتها جيدة، ، وهذا يدل على أن أداة الدراسة بجميع أجزائها ومحاورها تتمتع بدرجة كافية من الثبات وهي أكبر من القيمة المقبولة إحصائيا 0.70، إذن يمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

¹ كريمة حيواني، فتيحة بن وروال، تقنين استبيان محتوى العمل لروبار كرزك في مجال التعليم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد06، 2016، ص229.

² Saad et al , **Testing and Assessment: An Employer's Guide to Good Practices**, U.S. Department of Labor Employment and Training Administration, Washington,1999,p23.

المطلب الثالث: عرض و تحليل بيانات الدراسة الميدانية

بعد اختبار صدق الاتساق الداخلي والصدق البنائي لأداة الدراسة نقوم فيما يلي بعرض وتحليل إجابات أفراد العينة على مختلف العبارات التي تضمنها استبيان الدراسة. حيث سيتم في البداية وصف الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد العينة القائمين على المشاريع السياحية و وصف لخصائص هذه المشاريع ، ليتم الانتقال بعدها إلى عرض و تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحاور الرئيسية للاستبيان.

أولاً: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الأول

لغرض التعرف على خصائص عينة الدراسة تم تحليل البيانات التي تخص كل من المتغيرات الشخصية والوظيفية لصاحب المشروع (المستثمر) و كذا التعرف على الخصائص التنظيمية للمشروع.

أ. الخصائص الشخصية والوظيفية للقائمين على المشاريع السياحية

للتعرف على النتائج المتعلقة بوصف خصائص وسمات أفراد عينة الدراسة تم حساب التكرارات والنسب المئوية لهم وفقاً لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية المتمثلة في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، طبيعة التخصص، الخبرة في مجال الإستثمار، وجاءت النتائج على النحو التالي:

1. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير الجنس: يمكن توضيح خصائص وسمات عينة الدراسة حسب جنسهم من خلال الجدول (35).

الجدول رقم (35): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
90,20	37	ذكر
09,08	04	أنثى
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

من خلال الجدول يتضح أنه يوجد فرق معتبر في التوزيع بين الجنسين، حيث أن الفئة الأكبر للمستجوبين (أفراد العينة) تغلب عليها فئة الذكور بنسبة 90,20%، بينما تمثل فئة الإناث ما نسبته 09,08%، و يمكن تفسير هذا التفاوت إلى كون الاستثمار في مجال السياحة غالباً ما يبادر به و يديره رجال شأنه شأن أي استثمار بشكل عام ، حيث مازالت نسب مشاركة المرأة في إنشاء المشاريع و اللوج إلى عالم الإستثمار ضعيفة، و هذا يمكن أن يعود إلى طابع الولاية الذي يغلب عليه العادات و

التقاليد السائدة التي تبدي تحفظاً كبيراً إزاء عمل المرأة في مجال الإستثمار و العمل الحر، وهي خاصية منتشرة في ثقافة المجتمع الجزائري عموماً و الذي يضع بعض القيود على رغبة تواجد المرأة في مثل هكذا ميدان من العمل.

2. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير العمر: يمكن توضيح خصائص وسمات عينة الدراسة حسب متغير العمر من خلال الجدول (36).

الجدول رقم (36): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 30 إلى 39 سنة	12	29,30
من 40 إلى 49 سنة	13	31,70
50 سنة فأكثر	16	39
المجموع	41	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

يبين الجدول أن أكبر نسبة من المستجوبين في الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بنسبة 39%، ثم الفئة العمرية (40-49 سنة) بنسبة 31.70%، يليها الفئة العمرية (30-39 سنة) بنسبة 29.30%، ويمكن تفسير نتيجة هذا التوزيع بكون الإستثمار في قطاع السياحة يعتبر جد حساس و يتطلب رأس مال معتبر كما أن مردوديته تتطلب وقتاً أطول و هذا النوع من المشاريع غالباً ما يبادر به رجال المال و المقاولين من كبار السن ويديره و يتابعه أصحاب الخبرة في ميدان الإستثمار، عكس مشاريع المقاولاتية و الأعمال الريادية التي غالباً ما تشهد إقبالا أكبر من الفئات العمرية الأقل سناً الباحثة عن تحقيق الذات و تكوين المستقبل.

3. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي: أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون حسب مستواهم التعليمي، وفق ما يبينه الجدول (37).

الجدول رقم (37): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي أو أقل	12	29,30
جامعي	26	63,40
دراسات عليا	03	07,30
المجموع	41	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

نلاحظ من خلال الجدول أن 63.40% من أفراد عينة الدراسة مستواهم التعليمي جامعي، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يملكون مستوى ثانوي أو أقل 29.30%، أما 07.30% من إجمالي أفراد العينة فيحوزون على دراسات عليا.

و يلاحظ من هذه النتائج أن 70.70% من المستجوبين حاصلين على مؤهل جامعي ، والسبب راجع إلى العينة المختارة التي شملت الإطارات المسؤولة عن المشاريع و كذا المكلفة بالدراسة و المتابعة و ليس بالضرورة المالك والتي تتطلب مستويات علمية عالية في هذا النوع من الإستثمار، ، وهو ما يتوافق مع طبيعة العمل في مجال إقامة المشاريع الإستثمارية بشكل عام. هذا الوضع يدل حسب رأي الباحث على أن غالبية المبادرين بالمشاريع في قطاع السياحة بولاية جيجل من أصحاب المؤهلات العلمية أو أنهم ملتزمين بإسنادها إلى أصحاب المؤهلات الذين لديهم تكوين و خبرة دراسة كافية للعمل و تنفيذ المشروع.

4. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير طبيعة التخصص: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة تخصصهم كما هو موضح في الجدول (38).

الجدول رقم (38): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التخصص

النسبة %	التكرار	طبيعة التخصص
19,50	08	الإقتصاد و التسيير
09,80	04	السياحة
17,10	07	الهندسة (مدنية، معمارية...)
48,80	20	تخصص آخر
04,90	02	بدون تخصص
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تظهر نتائج الجدول أن أكبر نسبة من المستجوبين 48,80% يملكون تخصصا آخر خارج المجال السياحي و التسييري و الفني، و ما نسبته 19.50% متخصصون في الإقتصاد و التسيير، أما المتخصصون في السياحة فيمثلون ما نسبته 17.10% من مجموع أفراد عينة الدراسة، في حين 4.90% لا يملكون أي تخصص.

و يمكن تفسير هذه النتائج بكون اعتماد تخصص السياحة في مؤسسات التعليم العالي و استحداث معاهد خاصة به يعتبر حديثا نوعا و جاء كإحدى ديناميكيات تفعيل المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية آفاق 2020 و بمقارنة ذلك بالعينة المستجوبة و المعدل العمري لها يصبح الأمر منطقي، كما يمكننا تفسير ذلك بأن نسبة معتبرة من أفراد المؤسسات المستجوبة أصحاب استثمارات في مجالات متعددة وتحولوا إلى الإستثمار في هذا القطاع في إطار المخطط الموضوع للنهوض به على مستوى ولاية جيجل كونها ساحلية بامتياز و تعاني من نقص فادح في هياكل الاستقبال و تم اعتماد عديد المخططات المتعلقة بتهيئة مناطق التوسع السياحي بها، و غالبية المشاريع المقترحة لمقاولين و رجال مال إستثماراتهم متعلقة أساسا بالمركز المالي الذي يتمتعون به و ليس تخصصهم في نشاط معين، و هذا قد يكون مؤشر سلبي خاصة و أن الاستثمارات من هذا النوع تمتاز بالحساسية و تتطلب نوعا من الإلمام بخصوصيتها، مما قد يؤدي إلى عدم الفاعلية في تجسيدها في الآجال المحددة و بالتنوع المطلوبة، و تصبح مجرد مشاريع مسجلة أو مقترحة بغرض الحصول على العقار السياحي، أو متوقفة نتيجة كونها ليست هدف إستثماري رئيسي لأصحابها.

5. عرض مفردات عينة الدراسة حسب طبيعة المنصب في المشروع: أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون حسب طبيعة منصبهم في المشروع، وفق ما يبيئه الجدول(39).

الجدول رقم (39): توزيع أفراد العينة حسب حسب طبيعة المنصب في المشروع

النسبة %	التكرار	طبيعة المنصب في المشروع
39,00	16	مالك
17,10	07	مدير
26,80	11	مستخدم
17,10	7	مكلف بالدراسة و المتابعة
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أكثر 39% من أفراد عينة الدراسة هم من مالكي المشاريع السياحية في ولاية جيجل، أما المستخدمين فيها فقدرت النسبة التي تمثلهم بـ 28.60%، في حين بلغت نسبة المديرين 17.10%، أما المكلفين بالدراسة و المتابعة فبلغت نسبتهم 17.10% كذلك، و يرجع هذا التباين إلى صعوبة الاتصال بكل مالكي المشاريع السياحية، و حتى البعض ممن قابلهم الباحث و جهوه إلى مديري و مستخدمي مؤسساتهم المستحدثة في إطار إقامة هذه المشاريع و مكاتب الدراسات المكلفة بها كونها الأدرى و إفادتها تكون أحسن، و هذا ما يهم البحث أكثر عموما

خاصة في الإجابة على العبارات التي تتطلب إلماما ببعض المصطلحات التقنية المستعملة في إدارة، تمويل و تقييم المشاريع.

6. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة في مجال الإستثمار السياحي: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة في مجال الإستثمار السياحي كما هو موضح في الجدول (40).

الجدول رقم (40): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة في مجال الإستثمار السياحي

النسبة %	التكرار	الخبرة في مجال الإستثمار السياحي
19,50	08	أقل من 5 سنوات
41,50	17	من 5 إلى 10 سنوات
39,00	16	10 سنوات فأكثر
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

من حيث توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة، يتبين من خلال الجدول أن أكثر من 41.50% من المستجوبين لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات، وأن 39.00% لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات، في حين وجدنا أن الفئة التي لديها خبرة أقل من 5 سنوات فتمثل 19.50% من إجمالي عينة الدراسة. وعليه فإن أغلبية المستجوبين لهم خبرة أكثر من 05 سنوات، و هو ما يعكس حسب رأي الباحث ارتباط هذه الإجابة بالأساس بعمر المشاريع و تاريخ تقديم الملفات الخاصة بها بغرض الحصول على الموافقة من الجهات المختصة، و التي تعتبر حديثة نسبيا و غالبيتها تم المبادرة بها في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل، و هو ما تؤكد توارخ اعتماد المشاريع و الموافقة عليها المصرح بها لدى مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية جيجل.

7. عرض مفردات عينة الدراسة وفق متغير خبرة الإستثمار في مجالات أخرى: أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون حسب خبرة الإستثمار في مجالات أخرى ، وفق ما يبينه الجدول(41).

الجدول رقم (41): توزيع أفراد العينة حسب خبرة الإستثمار في مجالات أخرى

النسبة %	التكرار	خبرة الإستثمار في مجالات أخرى
70,70	29	نعم
29,30	12	لا
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

من خلال الجدول يتبين أن أكثر من 70.70% من مؤسسات عينة الدراسة لديهم خبرة في الإستثمار بمجالات أخرى أما 29.30% فلا خبرة لهم في ذلك، بما يمكن تفسيره بأن هناك توجه و إقبال في الآونة الأخيرة على المبادرة بالإستثمار في قطاع السياحة بولاية جيجل في ظل المحاولات الرامية إلى تنمية هذا القطاع بالولاية و الرفع من قدرات الإستقبال في إطار المخطط المعتمد لهذا الغرض، و ارتفاع هذه النسبة قد يكون ذو أثر إيجابي في تنفيذ هذه المشاريع.

ومن خلال عرض وتحليل سمات وخصائص أفراد عينة الدراسة نستخلص ما يلي:

- أغلبية أفراد عينة الدراسة من جنس ذكر.
- أغلب أفراد العينة سنهم يتجاوز 40 سنة، وأن نسبة الشباب ضعيفة نسبيا.
- أكثر من 70% من أفراد عينة الدراسة ذو مستوى جامعي، و البقية مستواهم ثانوي أو أقل.
- نصف أفراد العينة تقريبا يتوزع تخصصهم بين الإقتصاد و التسيير، السياحة، الهندسة المدنية، و النصف الآخر لهم تخصصات أخرى.
- غالبية أفراد عينة الدراسة خبرتهم العملية في مجال الإستثمار السياحي أكثر من 05 سنوات.
- أكثر من 70% من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة في الإستثمار في مجالات أخرى.

ب. عرض و تحليل البيانات الخاصة بالخصائص التنظيمية للمشاريع السياحية

نحاول من خلال هذا الجزء معرفة بعض المعلومات العامة عن المشاريع السياحية محل الدراسة و ذلك من حيث: عمر المشروع، شكله القانوني، الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع، مصادر تمويل المشروع، مكان إقامة المشروع، شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع، نوعية المشروع السياحي.

1. خصائص المشاريع السياحية وفق متغير عمر المشروع: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول عمر المشاريع المبادرين بها كما هو موضح في الجدول (42).

الجدول رقم (42): المشاريع السياحية من حيث العمر(عدد سنوات المبادرة بالمشروع)

النسبة %	التكرار	عمر المشروع
29,30	12	أقل من 5 سنوات
48,80	20	من 5 إلى 10 سنوات
22,00	09	10 سنوات فأكثر
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

يتبين من نتائج الجدول أعلاه و المتعلق بخاصية عمر المشروعات أن المشاريع السياحية التي عمرها بين 05 و 10 سنوات تمثل تقريبا نصف العينة المدروسة بتسبة 48.80%، في حين بلغت 29.30% للمشاريع التي عمرها أقل من 05 سنوات، و أقل نسبة 22% كانت للمشروعات التي عمرها 10 سنوات فأكثر. مما يعني أن غالبية المشاريع تعود إلى فترة ليست بالقصيرة بمنطق الإستثمار و هو مؤشر أكثر من سلمي حول نجاعة هذه المشاريع و نجاعة الإستثمار في قطاع السياحة بشكل عام، إذ أن المعطيات المستقاة من مديرية السياحة و الصناعات التقليدية بولاية جيجل حول هذه المشاريع تشير إلى وجود 28 مشروع غير منطلق من الأساس رغم أن المصادقة عليها من الوزارة كان في الفترة بين 2015 و 2018، في حين أن المشاريع المتوقفة بلغت 08 مشاريع منها ما يعود إلى سنة 2013، في حين نجد 16 مشروع فقط توجد في طور الإنجاز مع تأخر واضح لبعضها إذ تعود لسنة 2013 و 2015، و هذا راجع للإشكالات العديدة التي لازالت تلازم الإستثمار السياحي سواء ما تعلق منها بالعقار السياحي، التمويل، تهيئة مناطق التوسع السياحي، الرخص الإدارية و البيروقراطية المصاحبة لها، نزاعات الملكية، إلى غيرها من المعوقات التي أثرت على تنفيذ المشاريع.

2. خصائص المشاريع السياحية وفق متغير الشكل القانوني: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الشكل القانوني للمشاريع كما هو موضح في الجدول (43).

الجدول رقم (43): المشاريع السياحية من حيث شكلها القانوني

النسبة %	التكرار	الشكل القانوني
39,00	16	مؤسسة فردية
22,00	09	SARL
07,30	03	EURL
29,30	12	SNC
02.40	1	SPA
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير نتائج الجدول إلى أن أ المشروعات ذات طابع فردي بلغت نسبة 39.00 %، في حين هناك نسبة معتبرة 29.30% أخذت شكل شركة تضامن ، كما نجد أن نفس النسبة 29.30% تقريبا أخذت شكل شركات و مؤسسات ذات مسؤولية محدودة، في حين يوجد مشروع واحد فقط في شكل شركة مساهمة و هي في الحقيقة شركة استثمار و مقاوله لا يقتصر نشاطها على هذا المشروع، و يمكن أن يفسر هذا بكون أن من المشاريع ما هو ذو طابع عائلي، و منها ما هو استثمار في إطار المشروع في حد ذاته

(أي أن المؤسسة أنشأت لغرض إنجازه)، الشيء الذي لا يتطلب الهيكلة في شكل شركات أو مؤسسات كبرى (شركات مساهمة).

3. خصائص المشاريع السياحية من حيث الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع كما هو موضح في الجدول (44).

الجدول رقم (44): المشاريع السياحية من حيث الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع

النسبة %	التكرار	الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع
87,80	36	في إطار خاص
02,40	01	في إطار APSI
09,80	04	في إطار ANDI
00,00	00	في إطار ANSEJ
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

من خلال الجدول أعلاه نجد أن معظم المشروعات محل الدراسة تنشط في إطار خاص (مبادرة شخصية) بنسبة 87.80 %، أما 12.20 % فتم اعتمادها في إطار الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (apsi هي الشكل السابق ل andi)، في حين لا يوجد أي مشروع معتمد في إطار الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب و هو أمر منطقي نتيجة متطلبات هذا النوع من الإستثمار خصوصا فيما يتعلق بالتمويل، وهذا التوزيع يتوافق مع طبيعة الإستثمار محليا في هذا القطاع، فأغلب المشاريع عبارة عن فنادق و إقامات سياحية و منازل مفروشة موزعة على مناطق التوسع السياحي و خارجها كما أنها ليست بالحجم الكبير و لا تصنف في خانة الإستثمارات الإستراتيجية.

4. خصائص المشاريع السياحية من حيث مصادر تمويل المشروع: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مصادر تمويل المشروع كما هو موضح في الجدول (45).

الجدول رقم (45): المشاريع السياحية من حيث مصادر تمويل المشروع

النسبة %	التكرار	مصادر تمويل المشروع
75,60	31	تمويل ذاتي
09,80	04	مساعدة (عائلي، أصدقاء)
14,60	06	قرض بنكي
00,00	00	مساعدة الدولة
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

يتبين من نتائج الجدول أعلاه و المتعلق بخاصية مصادر تمويل المشروعات محل الدراسة أن معظمها سيعتمد بشكل أساسي على التمويل الشخصي بنسبة 75.6 %، في حين 14.60 % ستعتمد على التمويل البنكي، و 9.80 % ستعتمد على التضامن العائلي و الصداقة في توفير التمويل اللازم، و هذا راجع بالأساس إلى الشروط الموضوعية للموافقة على تنفيذ المشاريع و التي على رأسها ضرورة توفير 70 % من القيمة المالية للمشروع بشكل ذاتي، وهذا ما يفسر مشاكل التمويل التي تعاني منها هذه المشاريع.

5. خصائص المشاريع السياحية وفق مكان إقامة المشروع: : تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مكان إقامة المشروع كما هو موضح في الجدول (46).

الجدول رقم (46): المشاريع السياحية حسب مكان إقامة المشروع:

النسبة %	التكرار	مكان إقامة المشروع
63,40	26	منطقة توسع سياحي
36,60	15	خارج منطقة التوسع السياحي
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

من حيث مكان إقامة المشاريع السياحية محل الدراسة تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أكثر من 73% منها تقع داخل مناطق التوسع السياحي، أما 36.60% منها فيقع مكان إنجازها خارج مناطق التوسع السياحي، و يعود هذا في تفسير الباحث إلى كون مناطق التوسع السياحي هي القاعدة الهيكلية الأساسية للاستثمار في قطاع السياحة، و أغلب طلبات إقامة المشاريع فيها يعود بالدرجة إلى الرغبة في الاستفادة من العقار السياحي في إطار الإمتياز من جهة و لمواقعها الإستراتيجية من جهة أخرى، زيادة على برامج التهيئة المرصودة من طرف الدولة، في حين فضلت نسبة معتبرة عينة الدراسة فضلت إقامة مشاريعها خارج مناطق التوسع السياحي هذه لامتلاكها عقارات مناسبة لهذا الغرض تعفيها من الإجراءات المعقدة و البيروقراطية و المشاكل التي ما فتئت مصاحبة لعملية الإستثمار داخل مناطق التوسع السياحي.

6. خصائص المشاريع السياحية حسب شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع كما هو موضح في الجدول (47).

الجدول رقم (47): المشاريع السياحية حسب شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع

النسبة %	التكرار	شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع
82,90	34	مشروع جديد
12,20	05	توسعة لمشروع قائم
04,90	02	إعادة الإنشاء بعد تغيير النشاط
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

من حيث توزيع المشاريع السياحية حسب الشكل الذي أخذته، يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن 82.90% من هذه المشاريع عبارة عن مشاريع جديدة، أما ما نسبته 12.20% فهي توسعة

لمشاريع قائمة، في حين 4.90 % ناتجة عن تغيير النشاط. و هذا يعود إلى المخطط المرصود للتهيئة السياحية القائم على الرفع من قدرات الاستقبال و المرافق السياحية الذي تشهد نقصا فادحا على مستوى الولاية، حيث تم انجاز مخططات لبعض مناطق التوسع السياحي و توزيع المشاريع السياحية المختلفة عليها، كما تم الترخيص بإقامة هذه المشاريع في إطار الملكية الخاصة و كلها مشاريع جديدة الهدف منا تدعيم الحظيرة الفندقية المتواضعة بالولاية.

7. خصائص المشاريع السياحية حسب نوعية المشروع السياحي: تتوزع إجابات أفراد عينة الدراسة حول النوع الذي يأخذ المشروع كما هو موضح في الجدول (48).

الجدول رقم (48):المشاريع السياحية حسب نوعية المشروع السياحي

النسبة %	التكرار	نوعية المشروع السياحي
09,80	04	نزل
31,70	13	فندق
22,00	09	إقامة سياحية
36,60	15	منازل سياحية مفروشة
100	41	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أكثر من ثلث المشروعات محل الدراسة 36.60% من نوع المنازل السياحية المفروشة، في حين 31.70% أخذت شكل فنادق و 22% أخذت شكل إقامات سياحية، أما 9.80% فكانت من نوع نزل، حيث تمثل المشاريع من نوع المنازل السياحية المفروشة و الإقامات الساحية نسبة معتبرة مجموع المشاريع، و يمكن تفسير ذلك بطبيعة الطلب السياحي المتزايد من الوافدين و خصوصا العائلات على هذا النوع من المرافق مقارنة بالفنادق خصوصا في موسم الإصطياف، أين يلجؤون إلى كراء منازل الخواص بشكل كبير.

من خلال ما سبق نستخلص مايلي:

- أن غالبية المشاريع السياحية تعود إلى فترة ليست بالقصيرة أكثر من خمس سنوات.
- أن الشكل القانوني لهذه المشاريع يتوزع بين مؤسسات فردية، ذات مسؤولية محدودة، و شركات تضامن.

- أن غالبية المشاريع السياحية كانت في إطار المبادرة الخاصة.
- أن ثلاثة أرباع المشاريع من المفروض تقوم على التمويل الذاتي.

- أن أكثر من 63 بالمئة من المشاريع مبرمج بمناطق التوسع السياحي.
- أن غالبية المشاريع السياحية عبارة عن مشاريع جديدة.
- أن المشاريع متنوعة بين النزلات، الفنادق، الإقامة السياحية، المنازل السياحية المفروشة و إن كان بنسب متفاوتة.

ثانيا: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

يستهدف هذا المحور معرفة مدى إقبال و إدراك القائمين على المشاريع السياحية لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع ، سواءا من خلال إقتناعهم بها كدراسة مهمة في تقييم و اعتماد المشروع، و التزامهم بالقيام بها كسلوك يسبق تنفيذ المشروع، مع الدراية بما قد يواجه مثل هذه الدراسات من معوقات في الإعداد و الإستخدام، و للتعرف على مدى إقبال و إدراك القائمين على المشاريع السياحية بقطاع السياحة في ولاية جيجل لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة لجأ الباحث إلى استخدام وحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية المرجحة، والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات كل جزء من أجزاء هذا المحور. والنتائج المتوصل إليها جاءت على النحو التالي:

1. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الأول من محور مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع بقطاع السياحة لولاية جيجل الذي يقيس مدى موافقة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية كما هي موضحة في الجدول (49)

الجدول رقم (49): استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات نظرة المستثمر لأهمية دراسة

الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبرة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
03	مرتفع	0,995	4,09	13	25	00	00	03	ت	أرى أنه من الضروري إجراء دراسة جدوى لمشروع الاستثماري	01
				31.7	61	14.6	17.1	7.30	%		
07	مرتفع	0, 921	4,00	12	22	02	05	00	ت	أعتقد أن هذه الدراسة ضرورية للمشروع السياحي و لن ينجح دونها	02
				29.3	53.7	4.9	12.2	00	%		
08	مرتفع	1,129	3,78	12	18	01	10	00	ت	تبقى هذه الدراسة ضرورية و إن تطلبت وقتا و زيادة في تكاليف المشروع	03
				29.3	43.9	2.4	24.4	2.4	%		
05	مرتفع	0,888	4,09	14	21	02	04	00	ت	تضمن الحاجة إلى هذه الدراسة في كون المخاطر التي تواجه الاستثمار في قطاع السياحة عالية و العائد غير مضمون	04
				34.1	51.2	4.9	9.8	2.4	%		
06	مرتفع	0,932	4,07	13	23	01	03	01	ت	أركز على هذه الدراسة و استعين بنتائجها في تنفيذ مشروع	05
				31.7	56.1	2.4	7.3	2.4	%		
04	مرتفع	0,908	4,21	17	20	01	02	01	ت	دراسة الجدوى و تقييم المشروع بالغة الأهمية في الحصول على التمويل المناسب	06
				41.5	48.8	2.4	4.9	2.4	%		
-	مرتفع	0,867	4,04	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح لمدى نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية قد بلغ 4.04 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.867، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح.

الملاحظ من الجدول أيضا أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء المتعلق بنظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية كانت محصورة بين (3.78 و 4.21)، و هذا يعبر عن درجات موافقة مرتفعة من وجهة نظر العينة لمختلف عبارات هذا الجزء، مما يشير إلى إدراك مرتفع بأهمية القيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع في إقامة المشاريع السياحية.

أما فيما يخص تحديد درجة اهتمام المستثمر بأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية من خلال عينة الدراسة فيمكن تبيانها من خلال ترتيب العبارات التفصيلية لهذا الجزء ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري على النحو التالي:

■ جاءت العبارة 06 والتي تضمنت " دراسة الجدوى و تقييم المشروع بالغة الأهمية في الحصول على التمويل المناسب " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.20، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.908، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 49% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 04 والتي تضمنت " تكمن الحاجة إلى هذه الدراسة في كون المخاطر التي تواجه الإستثمار في قطاع السياحة عالية و العائد غير مضمون " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.09، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.888، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 43.9% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 01 والتي تضمنت " أرى أنه من الضروري إجراء دراسة جدوى لمشروع الإستثماري " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.09، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، و انحراف معياري مقبول قدر بـ 0.995، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 61% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 05 والتي تضمنت " أركز على هذه الدراسة و استعين بنتائجها في تنفيذ مشروع " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.07، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، و انحراف معياري مقبول قدر بـ 0.932، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 51.6% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 02 والتي تضمنت " أعتقد أن هذه الدراسة ضرورية للمشروع السياحي و لن ينجح دونها " في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.00، هذا الأخير يشير

إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.921، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 53.7% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 03 والتي تضمنت " تبقى هذه الدراسة ضرورية و إن تطلبت وقتا و زيادة في تكاليف المشروع " في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.78، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.129 ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع (في طور الإنجاز، متوقفة، غير منطلقة، مسجلة على مستوى الوزارة) و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة أيضا، حيث أن 43.9% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

2. عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الثاني من محور مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع بقطاع السياحة لولاية جيجل الذي يقيس مدى التزام المستثمر بالقيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية كما هي موضحة في الجدول (50)

الجدول رقم (50): استجابات أفراد عينة الدراسة على سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و
تقييم المشاريع السياحية:

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
06	متوسط	1,171	3,31	03	24	00	11	03	ت	أعتمد في اختيار مشروع على التجربة الشخصية و الحدس	07
				7.3	58.5	00	26.8	7.3	%		
08	مرتفع	0,411	4,17	08	32	01	00	00	ت	أعتمد على التقنيات و الطرق العلمية في تقييم و اختيار المشروع	08
				19.5	78	2.4	00	00.0	%		
04	متوسط	1,269	3,29	04	23	00	09	05	ت	أفضل تمويل مشروع عن طريق الموارد الذاتية و دون القيام بالدراسة و التقييم	09
				9.8	56.1	00	22	12.2	%		
09	مرتفع	0,647	3,92	04	33	01	03	00	ت	أقوم بدراسة الجدوى و التقييم للإعتماد على التمويل البنكي في تنفيذ المشروع	10
				9.8	80.5	2.4	7.3	00	%		
01	مرتفع	0,569	4,02	05	34	00	02	00	ت	أقوم بدراسة و تقييم المشروع لأنها ضرورية في ملف الإستثمار المقدم للإعتماد	11
				12.2	82.9	00	4.9	00.0	%		
03	متوسط	1,257	3,34	04	23	03	05	06	ت	اخترت الإستثمار في مشروع سياحي للتسهيلات و الحوافز المقدمة من الدولة للإستثمار في هذا القطاع و التي تجعل من المشروع مجددا و مربحا	12
				9.8	56.1	7.3	12.2	14.6	%		
-	مرتفع	0,553	3,67	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لسلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26
تشير بيانات الجدول أعلاه أن معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق اتجاه
إلتزامهم القيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع لمشاريعهم السياحية ، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي
العام المرجح لهذا الجزء الذي بلغ 3.67، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة
موافقة مرتفعة. كما يلاحظ من نفس الجدول كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول
سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي

0.553، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا الجزء.

الملاحظ من الجدول أيضا هو التفاوت فيما يخص موافقة أفراد العينة على سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.29 و 4.17)، أي بين الرأيين موافق ومحاميد، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع أو متوسط. مما يشير إلى إلتزام مرتفع و متوسط تجاه القيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع في إقامة المشاريع السياحية.

أما فيما يخص ترتيب درجة التزام المستثمر في القيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية من خلال عينة الدراسة فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات المشكلة لهذا الجزء تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت العبارة 08 والتي تضمنت " أعتد على التقنيات و الطرق العلمية في تقييم و اختيار المشروع " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.17، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.411، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 11 والتي تضمنت " أقوم بدراسة و تقييم المشروع لأنها ضرورية في ملف الإستثمار المقدم للإعتماد " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.02، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.569، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 82.9 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 10 والتي تضمنت " أقوم بدراسة الجدوى و التقييم للإعتماد على التمويل البنكي في تنفيذ المشروع " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.92، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.647، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 80 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 12 والتي تضمنت " اخترت الإستثمار في مشروع سياحي للتسهيلات و الحوافز المقدمة من الدولة للإستثمار في هذا القطاع و التي تجعل من المشروع مجديا و مربحا " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.34، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة،

وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.257 ، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع (في طور الإنجاز، متوقفة، غير منطلقة، مسجلة على مستوى الوزارة) و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 56% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 07 والتي تضمنت "أعتمد في اختيار مشروع على التجربة الشخصية و الحدس" في المرتبة الخامسة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.31، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة متوسطة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.171 ، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 58% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 09 والتي تضمنت "أفضل تمويل مشروع عن طريق الموارد الذاتية و دون القيام بالدراسة و التقييم" في المرتبة السادسة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.29، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة متوسطة، وانحراف معياري مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع قدر بـ 1.269، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 56% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

3. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الثالث من محور مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع بقطاع السياحة لولاية جيجل الذي يقيس مدى المام و دراية المستثمر بمعوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية كما هي موضحة في الجدول (51)

الجدول رقم (51): استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات معوقات إعداد و استخدام دراسة

الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
11	مرتفع	1,276	3,65	11	19	00	08	13	ت	ارتفاع تكاليف الدراسة	13
				26.8	46.3	00	19.5	7.3	%		
08	مرتفع	0,771	4,17	13	25	00	03	00	ت	عدم توفر البيانات حول الاستثمار السياحي بالدقة و السرعة المطلوبة	14
				31.7	61	00	7.3	00	%		
03	مرتفع	0,860	4,09	13	23	01	04	00	ت	عدم و جود مكاتب متخصصة في دراسة و تقييم المشاريع السياحية	15
				31.7	56.1	2.4	9.8	00	%		
05	مرتفع	1,019	3,90	11	22	02	05	01	ت	غالبا النتائج الفعلية بعد انطلاق المشروع لا علاقة لها بمعطيات و نتائج الدراسة و التقييم	16
				26.8	53.7	4.9	12.2	2.4	%		
09	مرتفع	0,877	4,07	13	22	02	04	00	ت	الحساسية التي تميز قطاع السياحة تجعل من دراسة و تقييم المشاريع نسبة	17
				31.7	53.7	4.9	9.8	00.0	%		
-	مرتفع	0,805	3,98	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لعبارات معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح للإلمام بمعوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية قد بلغ 3.98 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة ممارسة وتطبيق مبدأ النزاهة والشفافية في إدارة الموارد المائية، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.805، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح. الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على أغلب عبارات هذا الجزء المتعلق بإلمام المستثمر بمعوقات دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.65 و 4.17).

أما فيما يخص ترتيب درجة المام المستثمر بمعوقات دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية من خلال عينة الدراسة فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات التفصيلية لهذا الجزء ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري على النحو التالي:

■ جاءت العبارة 14 والتي تضمنت " عدم توفر البيانات حول الاستثمار السياحي بالدقة و السرعة المطلوبة " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.17، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.771 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 61 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 15 والتي تضمنت " عدم وجود مكاتب متخصصة في دراسة و تقييم المشاريع السياحية " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.09، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.860 يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 56 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 17 والتي تضمنت " الحساسية التي تميز قطاع السياحة تجعل من دراسة و تقييم المشاريع نسبية " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.07، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.877 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 53.7 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 16 والتي تضمنت " غالبا النتائج الفعلية بعد انطلاق المشروع لا علاقة لها بمعطيات و نتائج الدراسة و التقييم " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.90، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر ب 1.019 ، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 53.7 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 13 والتي تضمنت " ارتفاع تكاليف الدراسة " في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.65، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري

أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.276 ، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 46 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

4. مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل: لمعرفة مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل: عمد الباحث إلى ترتيب الأجزاء التفصيلية المشكلة لمحور الدراسة ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي المرجح والانحراف المعياري على النحو الذي يبينه الجدول (52).

الجدول رقم (52): مدى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجزء	الرقم
06	مرتفع	0,867	4,04	نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	01
03	مرتفع	0,553	3,67	سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	02
02	مرتفع	0,805	3,98	معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	03
-	مرتفع	0,490	3,89	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمحور مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق أن هناك مستوى من الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل ، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور إذ بلغ 3.89، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة.

كما يلاحظ من نفس الجدول كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.490، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا المحور.

الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على عبارات هذا المحور المتعلق بمستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية ، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المحور، والتي كانت محصورة بين (3.67 و 4.07). و هذا يعبر عن درجات موافقة مرتفعة من وجهة نظر العينة لمختلف أجزاء هذا المحور.

أما فيما يخص ترتيب مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب الأجزاء المشكلة للمحور تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة وذلك كما يلي: ✓ جاء الجزء 01 والمتضمن " نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.04، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.867 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

✓ جاء الجزء 03 والمتضمن " معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.98، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.805 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

✓ جاء البعد 02 والمتضمن " سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.67، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.553 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

ثالثا: عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية:

يستهدف هذا المحور معرفة مدى قيام القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية بمختلف فروعها: التسويقية، الفنية، القانونية و التمويلية، لما لها من دور كبير في حسن استخدام الموارد و ترشيدها و اتخاذ القرار الإستثماري المناسب، كما أن تقييم كل من الربحية التجارية و الربحية الإجتماعية يستندان بشكل أساسي على النتائج و البيانات التي توفرها دراسة الجدوى بمختلف فروعها، و للتعرف على مدى إلتزام القائمين على المشاريع السياحية بقطاع السياحة في ولاية جيجل بالقيام بدراسات الجدوى التفصيلية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة لجأ الباحث إلى استخدام وحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية المرجحة، والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات كل جزء من أجزاء هذا المحور. والنتائج المتوصل إليها جاءت على النحو التالي:

1. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التسويقية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الأول من محور دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى إلتزام القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بإجراء دراسة الجدوى التسويقية كما هي مبينة في الجدول (53).

الجدول رقم (53): استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التسويقية:

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
03	مرتفع	0,688	4,02	07	31	00	03	00	ت	تم القيام بإجراء دراسة تسويقية للمشروع السياحي قبل تنفيذه	18
				17.1	75.6	00	7.3	00.0	%		
07	مرتفع	1,153	3,65	09	21	00	10	01	ت	تمت الإستعانة بخبراء في التسويق السياحي لإجراء دراسة الجدوى التسويقية	19
				22	51.2	00	24.4	2.4	%		
08	مرتفع	1,120	3,53	07	20	03	10	01	ت	تم القيام بتحليل شامل للسوق و تقييم العرض و الطلب الحالي و المستقبلي	20
				17.1	48.8	7.3	24.4	2.4	%		
05	مرتفع	0,818	4,07	10	28	00	02	01	ت	تم التأكد من وجود فجوة بين الطلب و العرض السياحي تستوعب ما يقدمه المشروع	21
				24.4	68.3	00	4.9	2.4	%		
06	مرتفع	1,098	3,51	07	19	03	12	00	ت	تم جمع المعلومات و تحليل الطلب السياحي بأسلوب كمي إحصائي	22
				17.1	46.3	7.3	29.3	00	%		
04	مرتفع	1,013	3,85	09	24	03	03	02	ت	تمت دراسة حاجات و رغبات السياح و المؤسسات المنافسة لاحتواء الطلب السياحي و اختيار الشكل المناسب للمشروع	23
				22	85.5	7.3	7.3	4.9	%		
	مرتفع	0,946	3,82	09	21	07	03	01	ت	تم الأخذ بعين الإعتبار المفهوم الإجتماعي لتسويق النشاط السياحي	24
				22	51.2	17.1	7.3	2.4	%		
-	مرتفع	0,808	3,78	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التسويقية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير بيانات الجدول أعلاه ووفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح للإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية قد بلغ 3.78 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول

درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى التسويقية في المشاريع السياحية محل الدراسة، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.808، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح.

الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على أغلب عبارات دراسة الجدوى التسويقية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.51 و 4.02)، مما يشير إلى التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية لدى القائمين على المشاريع محل الدراسة.

أما فيما يخص ترتيب درجة الاهتمام بعناصر دراسة الجدوى التسويقية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات التفصيلية لهذا الجزء ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري على النحو التالي:

■ جاءت العبارة 21 والتي تضمنت " تم التأكد من وجود فجوة بين الطلب و العرض السياحي تستوعب ما يقدمه المشروع " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.07، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.888، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 68.3% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 18 والتي تضمنت " تم القيام بإجراء دراسة تسويقية للمشروع السياحي قبل تنفيذه " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.02، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.688، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 75.6% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 23 والتي تضمنت " تمت دراسة حاجات و رغبات السياح و المؤسسات المنافسة لاحتواء الطلب السياحي و اختيار الشكل المناسب للمشروع " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.85، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر ب 1.013، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 85.5% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 24 والتي تضمنت " تمت الإستعانة بخبراء في التسويق السياحي لإجراء دراسة الجدوى التسويقية " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.82، هذا الأخير يشير

إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.946 وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 51.2% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 19 والتي تضمنت " تمت الإستعانة بخبراء في التسويق السياحي لإجراء دراسة الجدوى التسويقية " في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.65، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.153 ، ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 51.2% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 20 والتي تضمنت " تم القيام بتحليل شامل للسوق و تقييم العرض و الطلب الحالي و المستقبلي " في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.53، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.120 ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة أيضا، وهذا حسب رأي الباحث كذلك مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها ، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة أيضا، حيث أن 48.80% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 22 والتي تضمنت " تم جمع المعلومات و تحليل الطلب السياحي بأسلوب كمي إحصائي " في المرتبة السابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.51، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.098 ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة أيضا، وهذا حسب رأي الباحث كذلك مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها ، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة أيضا، حيث أن 46.3% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

2. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى الفنية:
جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الثاني من محور دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى إلتزام القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بإجراء دراسة الجدوى الفنية كما هي مبينة في الجدول (54).

الجدول رقم (54): استجابات أفراد عينة الدراسة لمدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى الفنية:

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبرة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
06	مرتفع جدا	0,592	4,26	13	27	00	01	00	ت	إعطاء الأولوية لموقع المشروع السياحي و المساحة المناسبة له من المسائل المهمة في نجاحه	25
				31.7	65.9	00	2.4	00.0	%		
08	مرتفع جدا	0,419	4,21	09	32	00	00	00	ت	مدى توفر البنى التحتية في منطقة إقامة المشروع السياحي من العوامل المشجعة على اختيار الموقع و إقامة المشروع	26
				22	78	00	00	00.0	%		
04	مرتفع جدا	0,471	4,31	13	28	00	00	00	ت	الإعتماد على فنيين و مكاتب هندسة و خبرة في تقدير تكلفة المباني و الملحقات اللازمة لإقامة الشروع السياحي و الإستفادة من التحفيزات المرافقة	27
				31.7	68.3	00	00	00	%		
09	مرتفع جدا	0,471	4,31	13	28	00	00	00	ت	ضرورة وجود الترابط و التكامل مع القطاعات الأخرى و على رأسها قطاع النقل	28
				31.7	68.3	00	00	00	%		
01	مرتفع	0,821	3,97	10	23	05	03	00	ت	التشابك السياحي و مدى العلاقات الترابطية بين المشروع السياحي المقترح والمشاريع السياحية القائمة والتي من المحتمل أن يعتمد عليها المشروع في الحصول على مجاميع سياحية إضافية	29
				24.4	56.1	12.2	7.3	00.0	%		
03	مرتفع	0,534	4,17	10	28	03	00	00	ت	توفر الإمكانيات اللوجستية بما يمكن من احترام الفترة اللازمة لتنفيذ المشروع و التحكم في التكاليف	30
				24.4	68.3	7.3	00	00.0	%		
-	مرتفع جدا	0,428	4,21	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى الفنية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح للإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية قد بلغ 4.21 وهو يقع ضمن الفئة [4.20 - 5.00] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول

درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى الفنية في المشاريع السياحية محل الدراسة، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.428، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين وتشنت كبير في اتجاهات المستجوبين.

الملاحظ من الجدول أيضا هو التفاوت فيما يخص موافقة أفراد العينة على الإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية ، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.97 و 4.26)، أي بين الرأيين موافق بشدة وموافق، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع جدا أو مرتفع.

أما فيما يخص ترتيب درجة الاهتمام بعناصر دراسة الجدوى الفنية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات المشككة للجزء تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت العبارة 28 والتي تضمنت " ضرورة وجود الترابط و التكامل مع القطاعات الأخرى و على رأسها قطاع النقل " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.31، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.471، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة جدا، حيث أن 68.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون بشدة على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 27 والتي تضمنت " الإعتماد على فنيين و مكاتب هندسة و خبرة في تقدير تكلفة المباني و الملحقات اللازمة لإقامة المشروع السياحي و الإستفادة من التحفيزات المرافقة " في نفس المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.31، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.471، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة جدا ، حيث أن 68.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 25 والتي تضمنت " إعطاء الأولوية لموقع المشروع السياحي و المساحة المناسبة له من المسائل المهمة في نجاحه " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.26، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.592، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة جدا، حيث أن 65.9 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 26 والتي تضمنت " مدى توفر البنى التحتية في منطقة إقامة المشروع السياحي من العوامل المشجعة على اختيار الموقع و إقامة المشروع " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي

مرجح يقدر ب 4.21، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.419، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 30 والتي تضمنت " توفر الإمكانيات اللوجستية بما يمكن من احترام الفترة اللازمة لتنفيذ المشروع و التحكم في التكاليف" في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.17، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.435، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 68.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 29 والتي تضمنت " التشابك السياحي و مدى العلاقات الترابطية بين المشروع السياحي المقترح والمشاريع السياحية القائمة والتي من المحتمل أن يعتمد عليها المشروع في الحصول على مجاميع سياحية إضافية " في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.97، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.821، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 56.1 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

3. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى القانونية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الثالث من محور دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى إلتزام القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بإجراء دراسة الجدوى القانونية كما هي مبينة في الجدول (55).

الجدول رقم (55): استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات مدى الإلتزام بإجراء دراسة

الجدوى القانونية

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
11	متوسط	0,998	3,04	01	16	10	12	02	ت	الإستجابة للتشريعات المنظمة لعملية الإستثمار في قطاع السياحة بشكل عام	31
				2.4	39	24.4	29.3	4.9	%		
08	متوسط	0,907	2,97	00	15	11	14	01	ت	التركيز على الإستفادة من مختلف التحفيزات المخصصة للإستثمار في قطاع السياحة	32
				00	36.6	26.8	34.1	2.4	%		
03	متوسط	0,748	2,80	00	08	17	16	00	ت	الإستفادة من مختلف المزايا الضريبية و التشغيلية المعدة لتشجيع الإستثمار السياحي	33
				00	19.5	41.5	39	00	%		
05	متوسط	0,758	2,78	00	08	16	17	00	ت	إقامة النشاط في إطار مناطق التوسع السياحي للإستفادة من العقار الموجه للإستثمار السياحي في إطار الإمتياز	34
				00	19.5	39	41.5	00	%		
09	متوسط	0,739	2,95	00	10	19	12	00	ت	اختيار الشكل القانوني للمشروع تم بناء على رغبة ملاكه	35
				00	24.4	46.3	29.6	00	%		
	متوسط	0.771	2.82	01	06	19	15	00	ت	تصنيف المشروع السياحي المستهدف تم بناء على التشريعات المحددة لأشكال التصنيف	36
				2.4	14.6	46.3	36.6	00	%		
-	متوسط	0,439	2,89	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لعبارات مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى القانونية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح للإلتزام بممارسة و تطبيق دراسة الجدوى القانونية قد بلغ 2.89 وهو يقع ضمن الفئة [2.60 -

3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى القانونية في المشاريع السياحية محل الدراسة ، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.439، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح.

الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة متوسط على أغلب عبارات الجزء المتعلق بدراسة الجدوى القانونية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد، والتي كانت محصورة بين (2.78 و 3.04)، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة متوسط.

أما فيما يخص ترتيب درجة الاهتمام بعناصر دراسة الجدوى القانونية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات التفصيلية لهذا الجزء ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري على النحو التالي:

■ جاءت العبارة 31 والتي تضمنت " الإستجابة للتشريعات المنظمة لعملية الإستثمار في قطاع السياحة بشكل عام " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.04، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.998 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 24.4 % من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 32 والتي تضمنت " التركيز على الإستفادة من مختلف التحفيزات المخصصة للإستثمار في قطاع السياحة " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.97، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.907 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 26.8 % من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 35 والتي تضمنت " اختيار الشكل القانوني للمشروع تم بناء على رغبة ملاكه " في المرتبة الخامسة من حيث بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.95، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.739 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 46.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 36 والتي تضمنت " تصنيف المشروع السياحي المستهدف تم بناء على التشريعات المحددة لأشكال التصنيف " في المرتبة السادسة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.82، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.771 يشير إلى

عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 46.3% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 33 والتي تضمنت " الإستفادة من مختلف المزايا الضريبية و التشغيلية المدة لتشجيع الإستثمار السياحي " في المرتبة السابعة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.80، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.748 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 41.5% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 34 والتي تضمنت " إقامة النشاط في إطار مناطق التوسع السياحي للإستفادة من العقار الموجه للإستثمار السياحي في إطار الإمتياز " في المرتبة الثامنة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.78، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة متوسطة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.758 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت كبير في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المتوسطة، حيث أن 39% من وجهة نظر عينة الدراسة محايدون على ما جاء في العبارة.

4. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى المالية:

جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الرابع من محور دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى إلتزام القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بإجراء دراسة الجدوى المالية كما هي مبينة في الجدول (56).

الجدول رقم (56): استجابات أفراد عينة الدراسة لمدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى المالية

الترتيب	درجة	الانحراف	المتوسط	استجابات أفراد العينة
---------	------	----------	---------	-----------------------

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الحسابي	المعياري	الممارسة		
										ت	%
37	يتم الإعتماد بشكل رئيسي على التمويل الذاتي في تمويل مشاريعي بصفة عامة	00	06	00	28	07	3,87	0,871	مرتفع	11	ت
		00	14.6	00	68.3	17.1					%
38	لا تجد المؤسسة إشكال في توزيع مواردها على أكثر من نشاط أو مشروع	00	06	00	27	08	3,90	0,888	مرتفع	08	ت
		00	14.6	14.6	65.9	19.5					%
39	شكل المشروع السياحي و تصنيفه كان إنطلاقا مما هو متوفر من مصادر تمويل	00	00	01	33	07	4,14	0,421	مرتفع	03	ت
		00.0	12.2	2.4	80.5	17.1					%
40	تفضل المؤسسة الإعتماد على مزيج تمويل يضم العديد من المصادر من أجل تمويل مشروعها السياحي	01	06	02	24	08	3,78	1,012	مرتفع	05	ت
		2.4	14.6	4.9	58.5	19.5					%
41	اللجوء إلى التمويل البنكي طويل الأجل ضروري في حالة مشروعنا السياحي لأن مردوديته تتطلب وقتا أطول	02	13	01	16	09	3,41	1,284	مرتفع	09	ت
		4.9	31.7	2.4	39	22					%
42	الإعتماد على مصادر غير ذاتية للتمويل يخضع أساسا لتكلفتها و درجة المخاطرة في الإعتماد عليها	01	05	05	23	07	3,73	0,975	مرتفع		ت
		2.4	12.2	12.2	56.1	17.1					%
43	المفاضلة بين مصادر التمويل المتاحة يكون بناء على حساب متوسط تكلفة التمويل	00	03	03	29	06	3,92	0,720	مرتفع		ت
		00	7.3	7.3	70.7	14.6					%
44	التركيز على توفير 70% من تكلفة إنجاز المشروع كونها عامل أساسي في إعتماد المشروع و قبول ملفه من الجهات المختصة	00	01	00	31	09	4,17	0,543	مرتفع		ت
		00	2.4	00	75.6	22					%
-	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى المالية						3,86	0,583	مرتفع	-	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح للإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى المالية قد بلغ 3.86 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة

ممارسة وتطبيق دراسة الجدوى المالية في المشاريع السياحية محل الدراسة، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.583، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح.

الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على أغلب عبارات دراسة الجدوى المالية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.41 و 4.17)، مما يشير إلى التزام مرتفع بتطبيق دراسة الجدوى المالية لدى القائمين على المشاريع محل الدراسة.

أما فيما يخص ترتيب درجة الاهتمام بعناصر دراسة الجدوى المالية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات التفصيلية لهذا الجزء ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري على النحو التالي:

■ جاءت العبارة 44 والتي تضمنت " التركيز على توفير 70% من تكلفة إنجاز المشروع كونها عامل أساسي في اعتماد المشروع و قبول ملفه من الجهات المختصة " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.17، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.543 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 75.6 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 39 والتي تضمنت " شكل المشروع السياحي و تصنيفه كان إنطلاقا مما هو متوفر من مصادر تمويل " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.14، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.421 يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 80.5 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 43 والتي تضمنت " المفاضلة بين مصادر التمويل المتاحة يكون بناء على حساب متوسط تكلفة التمويل " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.92، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.720 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 70.7 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 38 والتي تضمنت " لا تجد المؤسسة إشكال في توزيع مواردها على أكثر من نشاط أو مشروع " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.90، هذا الأخير يشير

إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.888 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 58.5 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 37 والتي تضمنت " يتم الإعتماد بشكل رئيسي على التمويل الذاتي في تمويل مشاريعي بصفة عامة " في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.87، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.871 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 68.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 40 والتي تضمنت " تفضل المؤسسة الإعتماد على مزيج تمويل يضم العديد من المصادر من أجل تمويل مشروعها السياحي " في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.78، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.012 ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 43.9 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 42 والتي تضمنت " الإعتماد على مصادر غير ذاتية للتمويل يخضع أساسا لتكلفتها و درجة المخاطرة في الإعتماد عليها " في المرتبة السابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.73، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.975 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 56.1 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 41 والتي تضمنت " تتيح مؤسستكم الإطلاع بشكل دائم ودوري على الهيكل التنظيمي لإدارة الموارد المائية " في المرتبة الثامنة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.41، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر بـ 1.284 ما يعني وجود تشتت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة أيضا، وهذا حسب رأي الباحث كذلك مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 39 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

5. مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل: لمعرفة واقع تطبيق دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل، عمد الباحث إلى ترتيب الأجزاء التفصيلية المشكلة لمحور الدراسة ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي المرجح والانحراف المعياري على النحو الذي يبينه الجدول (57).

الجدول رقم (57): مدى الإلتزام بإجراء دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة

في ولاية جيجل

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجزء	الرقم
06	مرتفع	0,808	3,78	دراسة الجدوى التسويقية	01
03	مرتفع	0,428	4,21	دراسة الجدوى الفنية	02
02	متوسط	0,439	2,89	دراسة الجدوى القانونية	03
	مرتفع	0,583	3,86	دراسة الجدوى المالية	04
-	مرتفع	0,362	3,70	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لعبارات محور دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 يتضح من خلال الجدول أن معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق اتجاه الإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور الذي بلغ 3.70، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة.

كما يلاحظ من نفس الجدول كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة الإلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.362، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا المحور.

الملاحظ من الجدول أيضا هو التفاوت فيما يخص موافقة أفراد العينة على التزامهم بتطبيق دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لأجزاء هذا المحور، والتي كانت محصورة بين (2.89 و 4.21)، أي بين الرأيين موافق ومحيد، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع أو متوسط.

أما فيما يخص ترتيب درجة الاهتمام بعناصر دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية فيمكن تبيانها من خلال ترتيب الأجزاء المشكلة للمحور تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة وذلك كما يلي:

✓ جاء الجزء 02 والمتضمن " دراسة الجدوى الفنية " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.21، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.439 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء الثاني ضمن مجال الموافقة المرتفعة جدا.

✓ جاء الجزء 04 والمتضمن " دراسة الجدوى المالية " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.86، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.583 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

✓ جاء الجزء 01 والمتضمن " دراسة الجدوى التسويقية " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.78، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.808 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

✓ جاء الجزء 03 والمتضمن " دراسة الجدوى القانونية " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.89، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة متوسطة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر ب 0.439 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع البعد ضمن مجال الموافقة المتوسطة.

رابعا: عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية: يستهدف هذا المحور معرفة مدى اعتماد القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة بتقييم المشاريع من وجهة نظرهم كمستثمرين أو ما يعرف بتقييم الربحية التجارية، و كذا مدى اعتماد الجهات المختصة على معايير تقييم الربحية الاجتماعية في منح الموافقة على اعتماد هذه المشاريع،

و للتعرف على مدى تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع على مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة لجأ الباحث إلى استخدام وحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية المرجحة، والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات كل جزء من أجزاء هذا المحور. والنتائج المتوصل إليها جاءت على النحو التالي:

1. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تقييم الربحية التجارية للمشاريع السياحية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الأول من محور تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية للمشاريع على المشاريع السياحية محل الدراسة كما هي مبينة في الجدول (58).

الجدول رقم (58): استجابات أفراد عينة الدراسة لمدى تطبيق تقييم الربحية التجارية

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
01	مرتفع	0,607	4,00	06	32	00	03	00	ت	تم الإعتماد على معطيات دراسة الجدوى في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع	45
				17.6	78	00	7.3	00	%		
02	مرتفع	0,774	4,00	08	29	00	04	00	ت	تم الإعتماد على المحاكاة الخاصة بمكاتب الدراسات في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع	46
				19.5	70.7	00	9.8	00	%		
09	مرتفع	0,607	4,07	07	32	00	02	00	ت	تم وضع ميزانية تقديرية عن الإيرادات و التكاليف التشغيلية المتوقعة خلال نشاط المشروع	47
				17.1	78	00	4.9	00	%		
11	مرتفع	0,574	4,00	5	32	03	01	00	ت	تم الأخذ بعين الإعتبار حساسية الإيرادات السياحية للعوامل المختلفة (الموسمية....)	48
				12.2	78	7.3	2.4	00	%		
10	مرتفع	0,803	3,82	06	26	05	04	00	ت	تم الأخذ بعين الإعتبار تأثير قيمة النقود عبر الزمن و مستويات التضخم عند تقدير ربحية المشروع	49
				14.6	63.4	12.2	9.8	00	%		
13	مرتفع	0,838	3,56	03	23	09	06	00	ت	اهتمت عملية التقييم بدرجة المخاطرة المتعلقة بالمستقبل في ظل ظروف مؤكدة و كذلك في حالات عدم التأكد (الأزمة الصحية مثلا)	50
				7.3	56.1	22	14.6	00	%		
12		0,873	3,70	04	27	05	04	01	ت	قبل البدء في تنفيذ المشروع تمت	51

	مرتفع			9.8	65.9	12.2	9.8	2.4	%	المفاضلة بين عدة معايير خاصة بتقييم المشروعات	
03	مرتفع	0,374	4,09	05	35	01	00	00	ت	أعتمد التقييم بالأساس على الفترة اللازمة لاسترداد رأس المال	52
				12.2	85.4	2.4	00	00	%		
05	مرتفع	0,835	3,58	03	24	08	06	00	ت	تم الإعتماد على معيار صائي القيمة الحالية "van" في تقييم ربحية المشروع التجارية	53
				7.3	58.5	19.5	14.6	00	%		
06	مرتفع	0,977	3,48	04	21	08	07	01	ت	اعتمدتم في تقييم المشروع على معدل العائد الداخلي للإستثمار TRI للحكم على جدوى تنفيذ المشروع	54
				9.8	51.2	19.5	17.1	2.4	%		
08	مرتفع	0,819	3,68	04	25	07	05	00	ت	تم الإعتماد على تحليل الحساسية للمشروع السياحي في تقييمكم	55
				9.8	61	17.1	12.2	00	%		
04	مرتفع	0,380	4,17	07	34	00	00	00	ت	تم الإعتماد على خبرة محاسبية في إعداد دراسة حول ربحية المشروع المتوقعة	56
				17.1	82.9	00	00	00	%		
-	مرتفع	0,501	3,84	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى تقييم الربحية التجارية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير بيانات الجدول أعلاه أن معظم مفردات العينة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق اتجاه تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية على مشاريعهم، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا الجزء إذ بلغ 3.84، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. كما يلاحظ من نفس الجدول كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.501، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا الجزء. الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على أغلب عبارات الجزء المتعلق بتقييم الربحية التجارية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.56 و 4.17)، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع.

أما فيما يخص ترتيب درجة اعتماد القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة على معايير تقييم الربحية التجارية للمشاريع في تنفيذ مشاريعهم، فيمكن تبيان من خلال ترتيب العبارات المشكلة لهذا الجزء تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت العبارة 56 والتي تضمنت " تم الإعتماد على خبرة محاسبية في إعداد دراسة حول ربحية المشروع المتوقعة " في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.17، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.380 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 82.9 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 52 والتي تضمنت " أعتمد التقييم بالأساس على الفترة اللازمة لاسترداد رأس المال " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.09، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.374 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 85.4 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 47 والتي تضمنت " تم وضع ميزانية تقديرية عن الإيرادات و التكاليف التشغيلية المتوقعة خلال نشاط المشروع " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.07، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.607 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 48 والتي تضمنت " تم الأخذ بعين الإعتبار حساسية الإيرادات السياحية للعوامل المختلفة (الموسمية....) " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.00، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.574 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 45 والتي تضمنت " تم الإعتماد على معطيات دراسة الجدوى في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع " في المرتبة الخامسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 4.00، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.607 يشير إلى عدم وجود

تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 46 والتي تضمنت " تم الإعتماد على المحاكاة الخاصة بمكاتب الدراسات في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع " في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.00، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.774 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 70.7% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 49 والتي تضمنت " تم الأخذ بعين الاعتبار تأثير قيمة النقود عبر الزمن و مستويات التضخم عند تقدير ربحية المشروع " في المرتبة السابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.82، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.803 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 63.4% من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 51 والتي تضمنت " قبل البدء في تنفيذ المشروع تمت المفاضلة بين عدة معايير خاصة بتقييم المشروعات " في المرتبة الثامنة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.70، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.873 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 65.9 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 55 والتي تضمنت " تم الإعتماد على تحليل الحساسية للمشروع السياحي في تقييمكم " في المرتبة التاسعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.68، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.819 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 61 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 53 والتي تضمنت " تم الإعتماد على معيار صافي القيمة الحالية "van" في تقييم ربحية المشروع التجارية " في المرتبة العاشرة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.58، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.835 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 58.5 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 50 والتي تضمنت " اهتمت عملية التقييم بدرجة المخاطرة المتعلقة بالمستقبل في ظل ظروف مؤكدة و كذلك في حالات عدم التأكد (الأزمة الصحية مثلا) " في المرتبة الحادية عشر من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.56، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.838 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 56.1 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 54 والتي تضمنت " اعتمدتم في تقييم المشروع على معدل العائد الداخلي للإستثمار TRI للحكم على جدوى تنفيذ المشروع " في المرتبة الثانية عشرة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.48، هذا الأخير يشير إلى درجة ممارسة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.977 يشير إلى عدم وجود تشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 51.2 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

2. عرض و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تقييم الربحية الإجتماعية للمشاريع السياحية: جاءت إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الجزء الثاني من محور تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية الذي يقيس مدى تطبيق معايير تقييم الربحية الإجتماعية للمشاريع على المشاريع السياحية محل الدراسة كما هي مبينة في الجدول (59).

الجدول رقم (59): استجابات أفراد عينة الدراسة لمدى تقييم الربحية الإجتماعية

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	استجابات أفراد العينة					العبارة	الرقم
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق		

الفصل الرابع واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل

								بشدة			
01	مرتفع	1,285	2,43	04	07	01	20	09	ت	تلقيتم تسهيلات خاصة للإستثمار في قطاع السياحة نتيجة العناية التي توليها الدولة له	57
				9.8	17.1	2.4	48.8	22	%		
02	مرتفع	0,946	3,82	08	24	04	04	01	ت	تشرط الجهات المختصة القيام بدراسة جدوى للمشروع تبرز منافعه على المجتمع قبل الموافقة على الترخيص بإقامة المشروع	58
				19.6	58.5	9.8	9.8	2.4	%		
09	مرتفع	0,888	2,09	01	02	06	23	09	ت	هناك إدراك من قبلكم بوجود اختلاف بين تقييم المشروع من وجهة نظركم كمستثمرين و وجهة نظر الدولة و المنافع التي تستهدفها	59
				2.4	4.9	14.6	56.1	22	%		
11	مرتفع	0,893	2,04	01	02	05	23	10	ت	أعطيتم بالغ الأهمية في مشروعكم لتقديم إضافة للمجتمع و الإقتصاد المحلي بصفة عامة بتبيان المنافع الإجتماعية له (التشغيل، الرفع من قدرات الإستقبال....)	60
				2.4	4.9	12.2	56.1	24.4	%		
10	مرتفع	0,877	2,07	01	02	05	24	09	ت	حصولكم على الترخيص بتنفيذ المشروع كان مشروط بالحد من الآثار السلبية (الأثر البيئي، الأثر الثقافي، النسق العمراني)	61
				2.4	4.9	12.2	58.5	22	%		
13	متوسط	0,739	3,95	07	28	03	03	00	ت	القيمة المضافة التي يحققها المشروع السياحي كانت العامل الأساسي في حصولكم على الترخيص	62
				17.1	68.3	7.3	7.3	00	%		
12	مرتفع	0,640	4,12	08	32	00	00	01	ت	العامل الأساسي في تقدير الربحية الإجتماعية للمشروع الذي اعتمده الجهات المختصة هو حجم التوظيف (ما يوفره من مناصب عمل مباشرة و غير مباشرة)	63
				19.5	78	00	00	2.4	%		
03	مرتفع	0,863	1,82	00	03	03	19	16	ت	تراعي الجهات المختصة التوازن بين الأقاليم و تشجيع النشاط السياحي في أقاليم أقل حركية و تمدن في منح التراخيص من أجل تنمية هذه المناطق و فك الحناق على المدن	64
				00	7.3	7.3	46.3	36	%		
05	مرتفع	0,979	1,87	00	05	02	17	17	ت	تراعي الجهات المختصة في الترخيص للمشاريع السياحية	65

				00	12.2	4.9	41.5	41.5	%	تكامل النشاط السياحي مع القطاعات الأخرى بغرض تحفيز النشاط التنموي بصفة عامة	
06	مرتفع	0,905	1,80	00	04	01	19	17	ت	تراعي الجهات المختصة عامل الإستدامة التنموية في الترخيص بتنفيذ المشاريع السياحية (الحفاظ على البيئة، التنوع الطبيعي و البحري، الأراضي الخصبة)	66
				00	9.8	2.4	46.3	41.5	%		
-	مرتفع	0,456	2,60	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لمدى تقييم الربحية الإجتماعية							

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير بيانات الجدول أعلاه وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام المرجح تجاه اعتماد الجهات المختصة للدولة على معايير تقييم الربحية الإجتماعية في منح الموافقة على اعتماد المشاريع السياحية قد بلغ 2.60 وهو يقع ضمن الفئة [2.60 – 3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة. كما يتضح كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة تطبيق معايير الربحية الإجتماعية على المشاريع السياحية محل الدراسة، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.456، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا الجزء.

الملاحظ من الجدول أيضا أن مستوى موافقة أفراد العينة منخفض على أغلب عبارات الجزء المتعلق بتقييم الربحية الإجتماعية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (1.80 و 2.43)، باستثناء العبارات 36،62،58 التي عرفت مستوى موافقة مرتفع.

أما فيما يخص درجة اعتماد الجهات المختصة على معايير تقييم الربحية الإجتماعية في الموافقة على المشاريع السياحية، فيمكن تبيانه من خلال ترتيب العبارات المشكلة لهذا الجزء تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

■ جاءت العبارة 63 والتي تضمنت "العامل الأساسي في تقدير الربحية الإجتماعية للمشروع الذي اعتمده الجهات المختصة هو حجم التوظيف (ما يوفره من مناصب عمل مباشرة و غير مباشرة)" في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 4.12، هذا الأخير يشير إلى درجة

موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.640 يشير إلى عدم وجود تباين وتشنت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 78 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 62 والتي تضمنت " القيمة المضافة التي يحققها المشروع السياحي كانت العامل الأساسي في حصولكم على الترخيص " في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.95، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.739 يشير إلى عدم وجود تباين وتشنت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 68.3 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 58 والتي تضمنت " تشترط الجهات المختصة القيام بدراسة جدوى للمشروع تبرز منفعه على المجتمع قبل الموافقة على الترخيص بإقامة المشروع " في المرتبة الثالثة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 3.82، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.946 يشير إلى عدم وجود تباين وتشنت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المرتفعة، حيث أن 58.5 % من وجهة نظر عينة الدراسة موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 57 والتي تضمنت " تلقيتم تسهيلات خاصة للإستثمار في قطاع السياحة نتيجة العناية التي توليها الدولة له " في المرتبة الرابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.43، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري أكبر من الواحد الصحيح قدر ب 1.285 ما يعني وجود تشنت في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارة ، وهذا حسب رأي الباحث مقبول بحكم أن مجتمع الدراسة غير متجانس من حيث وضعية المشاريع و كذا نوعيتها و صنفها، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 48.8 % من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 59 والتي تضمنت " هناك إدراك من قبلكم بوجود اختلاف بين تقييم المشروع من و جهة نظركم كمستثمرين و وجهة نظر الدولة و المنافع التي تستهدفها " في المرتبة الخامسة من حيث الممارسة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.09، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.888 يشير إلى عدم وجود تباين وتشنت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 56.1 % من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 61 والتي تضمنت " حصولكم على الترخيص بتنفيذ المشروع كان مشروط بالحد من الآثار السلبية (الأثر البيئي، الأثر الثقافي، النسق العمراني)" في المرتبة السادسة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.07، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.877 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 58.5% من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 60 والتي تضمنت " أعطيتم بالغ الأهمية في مشروعكم لتقديم إضافة للمجتمع و الإقتصاد المحلي بصفة عامة بتبيان المنافع الاجتماعية له (التشغيل، الرفع من قدرات الإستقبال....)" في المرتبة السابعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 2.04، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.893 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين ، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 56.1% من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 65 والتي تضمنت تراعي الجهات المختصة في الترخيص للمشاريع السياحية تكامل النشاط السياحي مع القطاعات الأخرى بغرض تحفيز النشاط التنموي بصفة عامة " في المرتبة الثامنة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 1.87، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.979 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 41.5% من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 64 والتي تضمنت " تراعي الجهات المختصة التوازن بين الأقاليم و تشجيع النشاط السياحي في أقاليم أقل حركية و تمدن في منح التراخيص من أجل تنمية هذه المناطق و فك الخناق على المدن " في المرتبة التاسعة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 1.82، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر ب 0.863، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 46.3% من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

■ جاءت العبارة 66 والتي تضمنت " تراعي الجهات المختصة عامل الإستدامة التنموية في الترخيص بتنفيذ المشاريع السياحية (الحفاظ على البيئة، التنوع الطبيعي و البحري، الأراضي الخصبة.....)" في المرتبة العاشرة و الأخيرة من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر ب 1.80، هذا الأخير يشير إلى

درجة موافقة منخفضة، وانحراف معياري مقبول قدر بـ 0.905، وعليه تقع العبارة ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث أن 46.3% من وجهة نظر عينة الدراسة غير موافقون على ما جاء في العبارة.

3. مدى الالتزام بإجراء تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار للمشاريع في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل:

لمعرفة واقع الالتزام بإجراء تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار بمشاريع قطاع السياحة في ولاية جيجل، عمد الباحث إلى ترتيب الأجزاء التفصيلية المشكلة لمحور الدراسة ترتيبا تنازليا حسب متوسطها الحسابي المرجح والانحراف المعياري على النحو الذي يبينه الجدول (60).

الجدول رقم (60): مدى الالتزام بإجراء دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع باستثمارات قطاع السياحة

في ولاية جيجل

الترتيب	درجة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجزء	الرقم
06	مرتفع	0,501	3,84	تقييم الربحية التجارية	01
03	مرتفع	0,456	2,60	تقييم الربحية الاجتماعية	02
-	مرتفع	0,388	3,28	المتوسط الكلي والانحراف الكلي لعبارة محور تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك التزام متوسط بإجراء تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع من قبل القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة، و ذلك حسب آراء أفراد عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور و الذي بلغ 3.28، وهو يقع ضمن الفئة [2.60 - 3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة.

كما يلاحظ من نفس الجدول كذلك أن هناك "اتساق مقبول" في رأي أفراد العينة حول درجة الالتزام بإجراء تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية، حيث بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.388، وهو انحراف أقل من الواحد 01 الصحيح يشير إلى عدم وجود تباين في اتجاهات المستجوبين حول ما جاء في عبارات هذا المحور.

الملاحظ من الجدول أيضا هو التفاوت فيما يخص موافقة أفراد العينة على مدى تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشروعات على المشاريع السياحية ، وذلك من خلال ما تعكسه

المتوسطات الحسابية لأجزاء هذا المحور، والتي كانت محصورة بين (3.84 و 2.60)، أي بين الرأيين موافق ومحيد، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع أو متوسط.

أما فيما يخص ترتيب درجة الإلتزام بإجراء تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية فيمكن تبيانه من خلال ترتيب الأجزاء المشكلة للمحور تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل، وذلك بناء على المتوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري الخاص باستجابات أفراد عينة الدراسة وذلك كما يلي: ✓ جاء الجزء 01 والمتضمن "تقييم الربحية التجارية" في المرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 3.84، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة مرتفعة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر بـ 0.501 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المرتفعة.

✓ جاء الجزء 02 والمتضمن "تقييم الربحية الإجتماعية" في المرتبة الثانية من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مرجح يقدر بـ 2.60، هذا الأخير يشير إلى درجة موافقة متوسطة، وانحراف معياري أقل من الواحد الصحيح قدر بـ 0.456 يشير إلى عدم وجود تباين وتشتت في اتجاهات المستجوبين، وعليه يقع الجزء ضمن مجال الموافقة المتوسطة.

المطلب الرابع: اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة

قبل اختبار فرضيات الدراسة بالاعتماد على اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test*، يجب أن يكون التوزيع طبيعيا للبيانات، وعليه ينبغي التأكد أولا من أن بيانات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي.

أولا: اختبار التوزيع الطبيعي

للتحقق من طبيعة التوزيع تم الاعتماد على معامل الالتواء (skewness)، ومعامل التفرطح (kurtosis)، والناتج المتوصل إليها موضحة في الجدول (61).

الجدول رقم (61): اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

الرقم	الجزء	معامل الالتواء (skewness)	معامل التفرطح (kurtosis)
01	نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	- 1,184	1,730
02	سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	0,165	0,929
03	معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	- 0,887	1,152
04	دراسة الجدوى التسويقية	- 0,411	0.245
05	دراسة الجدوى الفنية	1,025	- 0,395
06	دراسة الجدوى القانونية	0,406	- 0,328
07	دراسة الجدوى المالية	0,699	-0,101
08	تقييم الربحية التجارية المشاريع السياحية	0,136	0,926
09	تقييم الربحية الاجتماعية المشاريع السياحية	0.324	0,233
10	مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية	- 1,152	1,609
11	دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية	- 0,167	- 0,112
12	تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية	- 0,547	0,213

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيم معامل الالتواء تتراوح بين (1.025 و -1.184)، وهي تقع ضمن المجال المقبول للتوزيع الطبيعي الذي يتراوح بين $3 \pm$ ، كما نلاحظ أيضا أن قيم معامل التفرطح محصورة بين (1.730 و -0.112) وهو بذلك أقل تماما من القيمة 20، مما يعزز أن بيانات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي، ومن ثم يمكن الاعتماد على الاختبارات المعلمية لاختبار الفرضيات.

ثانيا: اختبار فرضيات الدراسة

من أجل اختبار صحة فرضيات الدراسة الرئيسية وفرضياتها الفرعية قام الباحث بإخضاع إجابات أفراد عينة الدراسة لاختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test*، وذلك بمستوى معنوية 0.05، وبموجب قاعدة القرار التالية:

✓ ترفض الفرضية العدمية H_0 ويتم قبول الفرضية البديلة لها H_1 إذا كانت t المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، أو إذا كانت الدلالة sig أصغر أو تساوي 0.05.

✓ تقبل الفرضية العدمية H_0 ويتم رفض الفرضية البديلة لها H_1 إذا كانت t المحسوبة أصغر من قيمتها الجدولية، أو إذا كانت الدلالة sig أكبر أو تساوي 0.05.

1. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: بناء على قاعدة القرار السابقة، فإنه سيتم بداية اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية، وبعد ذلك سيتم اختبار هذه الأخيرة، وبيان نتائج هذا الاختبار جاء على النحو التالي:

* الفرضية الفرعية الأولى

- H_0 : لا يوجد إدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

- H_1 : يوجد إدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

هذا وجاءت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (62).

الجدول رقم (62): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الأولى

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرعية الأولى	4.04	40	29.894	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي 29.894 و هي أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(\text{sig} \leq 0.000)$ وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 4.04 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] (0.05). التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد إدراك

لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة".

*** الفرضية الفرعية الثانية**

- H_0 : لا يوجد إلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

- H_1 : يوجد إلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (63).

الجدول رقم (63): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثانية

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الثانية	3.67	40	42.577	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
$\alpha = 0.05$ درجة المعنوية المعتمدة:						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 42.577 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.67 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد إلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة".

*** الفرضية الفرعية الثالثة**

- H_0 : لا يوجد إلمام بمعوقات إعداد و استخدام دراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

H_1 - يوجد إلمام بمعوقات إعداد و استخدام دراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (64).

الجدول رقم (64): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثالثة

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرعية الثالثة	3.98	40	31.623	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 31.623 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.98 وفقا للجدول وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد إلمام بمعوقات إعداد و استخدام دراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة ".

* الفرضية الرئيسية الأولى

H_0 - لا يوجد مستوى من الإقبال و الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة .

H_1 - يوجد مستوى من الإقبال و الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية الرئيسية كما هي موضحة في الجدول (65).

الجدول رقم (65): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الرئيسية

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
---------	-----------------	----------------	-----------------	-----------------	-------------------	--------

قبول الفرضية البديلة	0.000	2.021	50.884	40	3.89	الرئيسية الأولى
DF=N-1					درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 50.884 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.89 وفقا للجدول وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد مستوى من الإقبال و الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: بناء على قاعدة القرار السابقة، فإنه سيتم بداية اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية، وبعد ذلك سيتم اختبار هذه الأخيرة، وبيان نتائج هذا الاختبار جاء على النحو التالي:

* الفرضية الفرعية الأولى

- H_0 : لا يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

- H_1 : يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (66).

الجدول رقم (66): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الأولى

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
---------	--------------------	-------------------	--------------------	--------------------	----------------------	--------

قبول الفرضية البديلة	0.000	2.021	29.956	40	3.78	الفرعية الأولى
DF=N-1						درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 29.956 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(\text{sig}=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.78 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة".

* الفرضية الفرعية الثانية

- H_0 : لا يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.
 - H_1 : يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.
 وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (67).

الجدول رقم (67): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثانية

القرار	مستوى الدلالة sig	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	درجة الحرية DF	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول الفرضية البديلة	0.000	2.021	62.973	40	4.21	الفرعية الثانية
DF=N-1						درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 62.973 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(\text{sig}=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 4.21 وفقا للجدول وهو يقع ضمن الفئة [4.20 - 5.00] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة جدا، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "

يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.".

* الفرضية الفرعية الثالثة

H_0 : لا يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى القانونية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

H_1 : يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى القانونية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (68).

الجدول رقم (68): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثالثة

الفرضية	الوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرعية الثالثة	2.89	40	42.275	2.021	0.000	قبول الفرضية العدمية
$\alpha = 0.05$ درجة المعنوية المعتمدة:						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 42.275 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 2.89 وهو يقع ضمن الفئة $[-2.60, 3.40]$ التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة، فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على أنه: " لا يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى القانونية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

* الفرضية الفرعية الرابعة

H_0 : لا يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى المالية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

H_1 : يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى المالية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (69).

الجدول رقم (69): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثامنة

الفرضية	الوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الثامنة	3.86	40	42.449	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 42.449 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.86 وفقا للجدول وهو يقع ضمن الفئة $[-3.40 - 4.20]$ التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد إلتزام بتطبيق دراسة الجدوى المالية للمشاريع السياحية، من قبل المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة".

* الفرضية الرئيسية الثانية

H_0 : لا يوجد التزام بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية من أجل تقييم ربحيتها التجارية و الاجتماعية لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل بدرجة مرتفعة.
 H_1 : يوجد التزام بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية التزام بتطبيق دراسات لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بدرجة مرتفعة.
 وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية الرئيسية كما هي موضحة في الجدول (70).

الجدول رقم (70): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الرئيسية

الفرضية	الوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الرئيسية الثانية	3.70	40	65.521	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 65.521 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.70 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد التزام بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية من أجل تقييم ربحيتها التجارية و الإجتماعية ، لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بدرجة مرتفعة ".

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: بناء على قاعدة القرار السابقة، فإنه سيتم باختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية، وبعد ذلك سيتم اختبار هذه الأخيرة، وبيان نتائج هذا الاختبار جاءت كالتالي:

* الفرضية الفرعية الأولى

H_0 - لا يوجد اعتماد بدرجة مرتفعة على المعايير العلمية في تقييم الربحية التجارية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

H_1 - يوجد اعتماد بدرجة مرتفعة على المعايير العلمية في تقييم الربحية التجارية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل. هذا وجاءت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (71).

الجدول رقم (71): نتائج اختبار t لعينة واحدة One Sample T-Test للفرضية الفرعية الأولى

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرعية الأولى	3.84	40	49.180	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26 تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي 49.180 و هي أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.84 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، فإنه يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: " يوجد اعتماد بدرجة مرتفعة على المعايير العلمية في تقييم الربحية التجارية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل ".

* الفرضية الفرعية الثانية

H_0 - لا توجد إشتراطات ملزمة من قبل الجهات الحكومية في الدولة على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل تقضي بضرورة إبراز المساهمة المرتفعة لمشروعاتها في تحقيق الأهداف الإقتصادية و الإجتماعية للمجتمع .

H_1 - توجد إشتراطات ملزمة من قبل الجهات الحكومية في الدولة على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل تقضي بضرورة إبراز المساهمة المرتفعة لمشروعاتها في تحقيق الأهداف الإقتصادية و الإجتماعية للمجتمع

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كما هي موضحة في الجدول (72).

الجدول رقم (72): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الفرعية الثانية

الفرضية	المتوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الثانية	2.60	40	36.589	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
$\alpha = 0.05$ درجة المعنوية المعتمدة:						DF=N-1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 36.589 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(sig=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 2.60 وهو يقع ضمن الفئة $[-2.60 - 3.40]$ التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة، فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على أنه: " لا توجد إشتراطات ملزمة قبل الجهات الحكومية في الدولة على المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل تقضي بضرورة إبراز المساهمة المرتفعة لمشروعاتها في تحقيق الأهداف الإقتصادية و الإجتماعية للمجتمع ".

* الفرضية الرئيسية الثالثة

H_0 - لا يوجد إلتزام بدرجة مرتفعة لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بتقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية.

H_1 - يوجد إلتزام بدرجة مرتفعة لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بتقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية

وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية الرئيسية كما هي موضحة في الجدول (73).

الجدول رقم (73): نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test* للفرضية الرئيسية

الفرضية	الوسط الحسابي	درجة الحرية DF	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig	القرار
الرئيسية الثانية	3.28	40	54.160	2.021	0.000	قبول الفرضية البديلة
درجة المعنوية المعتمدة: $\alpha = 0.05$						
DF=N-1						

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي إلى 54.160 أكبر من T الجدولية البالغة 2.021، وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أن $(\text{sig}=0.000 \leq 0.05)$. وبما أن المتوسط الحسابي المرجح يقدر بـ 3.28 وهو يقع ضمن الفئة $[-2.60 - 3.40]$ التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة (التزام متوسط)، فإنه يتم قبول الفرضية العدمية التي تنص على أنه: "لا يوجد إلتزام بدرجة مرتفعة لدى المؤسسات المستثمرة في قطاع السياحة بولاية جيجل بتقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية".

4. اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة:

للتعرف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى للخصائص الشخصية المتعلقة بـ: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، طبيعة التخصص، طبيعة المنصب في المشروع، سنوات الخبرة في مجال الإستثمار السياحي، خبرة الإستثمار في مجالات أخرى، استخدم الباحث تحليل التباين الأحادي *One Way Anova*، واختبار t للعينتين المستقلتين *T-Test for independent samples* و بناء على قاعدة القرار السابقة، فإنه سيتم اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية، لاختبار هذه الأخيرة، وبيان نتائج هذا الاختبار جاء على النحو التالي:

* الفرضية الفرعية الأولى

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير الجنس، تم استخدام اختبار t للفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين *T-Test for independent samples* حسب قاعدة القرار التالية:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الجنس عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الجنس عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

والنتائج المتوصل إليها موضحة في الجدول (74)

الجدول رقم (74): نتائج اختبار t للفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لاختلاف الجنس

مستوى الدلالة sig	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	العدد		
0.439	2.021	-0.692	37	ذكر	مستوى الإقبال و الإدراك
			04	أنثى	
0.125	2.021	-1.567	37	ذكر	دراسة الجدوى التفصيلية
			04	أنثى	
0.143	2.021	-1.479	37	ذكر	تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية
			04	أنثى	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول (74) أن قيمة t المحسوبة بلغت (-0.692) بالنسبة لمستوى الإدراك و الإقبال لأهمية دراسة الجدوى كما بلغت (-1.567) لدراسة الجدوى التفصيلية، في حين بلغت (-1.479) لتقييم الربحية التجارية وهي على التوالي أصغر من قيمة t الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة على التوالي بلغت $sig = 0.439, 0.134, 0.125$ و هي أكبر من 0.05، ما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير الجنس، و هذا ما يؤكد أن اختلاف الجنس لا يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل أنه: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى

المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الجنس عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

* **الفرضية الفرعية الثانية:** لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير العمر تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* حسب قاعدة القرار التالية:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف العمر عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف العمر عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

والنتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار مبينة في الجدول (75).

الجدول رقم (75): نتائج تحليل التباين الأحادي في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر

مستوى الدلالة sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
0.036	3.618	0.769	2	1.538	بين المجموعات	مستوى الإقبال و الإدراك
		0.213	38	8.079	داخل المجموعات	
		-	40	9.618	المجموع	
0.126	2.189	0.271	2	0.543	بين المجموعات	دراسة الجدوى التفصيلية
		0.124	38	4.708	داخل المجموعات	
		-	40	5.250	المجموع	
0.482	0.744	0.144	2	0.227	بين المجموعات	تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية
		0.153	38	5.806	داخل المجموعات	
		-	40	6.033	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

من خلال الجدول (75) نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\leq \text{sig}$ 0.05 في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول الجدوى التفصيلية و تقييم الربحية التجارية حيث كان مستوى الدلالة يساوي إلى (0.126، 0.482) على التوالي و هو أكبر من 0.005 كما أن قيمة F المحسوبة للمحورين كانت (2.189 و 0.744) على التوالي وهي أصغر من قيمة F الجدولية. في حين أن قيمة F المحسوبة للمحور المتعلق بمستوى الإدراك و الإقبال قد بلغت 3.618 وهي أكبر من قيمة F الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة $\text{sig}=0.036$ و هو أصغر من 0.05، و هو ما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير العمر، وهذا ما يؤكد أن اختلاف العمر يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل الفرضية البديلة : "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف العمر عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ".

* الفرضية الفرعية الثالثة:

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي تم استخدام اختبار *One Way Anova* حسب قاعدة القرار التالية:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف المؤهل العلمي عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف المؤهل العلمي عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

والنتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار مبينة في الجدول (76).

الجدول رقم (76): نتائج تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* في إجابات أفراد عينة الدراسة

تبعا لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
0.261	1.393	0.328	2	0.675	بين المجموعات	مستوى الإقبال و الإدراك
		0.236	38	8.961	داخل المجموعات	
		-	40	9.618	المجموع	
0.071	2.845	0.342	2	0.684	بين المجموعات	دراسة الجدوى التفصيلية
		0.120	38	4.567	داخل المجموعات	
		-	40	5.250	المجموع	
0.736	0.309	0.048	2	0.096	بين المجموعات	تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية
		0.156	38	5.973	داخل المجموعات	
			40	6.033	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير نتائج الجدول (76) المتضمن اختبار تحليل التباين الأحادي أن قيمة F المحسوبة بلغت 0.216 للمحور الأول و 0.071 للمحور الثاني و 0.736 للمحور الثالث وهي أصغر من قيمة F الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة للمحاور الثلاثة بلغت 0.736 , 0.071 , 0.261 و sig=0.261 و هي أكبر من 0.05، ما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير المؤهل العلمي، وهذا ما يؤكد أن اختلاف المؤهل العلمي لا يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل أنه: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف المؤهل العلمي عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ".

* الفرضية الفرعية الرابعة:

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة حول متغيرات الدراسة تعزى

لمتغير طبيعة المنصب تم استخدام اختبار *One Way Anova* حسب قاعدة القرار التالية:

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة التخصص عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة التخصص عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

والنتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار مبينة في الجدول (77).

الجدول رقم (77): نتائج تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* في إجابات أفراد عينة الدراسة

تبعاً لمتغير طبيعة التخصص

مستوى الدلالة sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
0.803	0.405	104.0	4	0.415	بين المجموعات	مستوى الإقبال و الإدراك
		0.256	36	9.203	داخل المجموعات	
		-	40	9.618	المجموع	
0.423	0.996	0.131	4	0.523	بين المجموعات	دراسة الجدوى التفصيلية
		0.131	36	4.728	داخل المجموعات	
		-	40	5.250	المجموع	
0.183	1.864	0.259	4	1.035	بين المجموعات	تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية
		0.139	36	4.998	داخل المجموعات	
			40	6.033	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول (77) المتضمن اختبار تحليل التباين الأحادي أن قيمة F المحسوبة بلغت

0.405 للمحور الأول و 0.996 للمحور الثاني و 1.864 للمحور الثالث وهي أصغر من قيمة F

الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة للمحاور الثلاثة بلغت 0.183 , 0.423 , 0.803 sig= و هي أكبر من 0.05، ما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير طبيعة التخصص ، وهذا ما يؤكد أن اختلاف طبيعة التخصص لا يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل أنه: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة التخصص عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$."

* الفرضية الفرعية الخامسة:

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير طبيعة المنصب تم استخدام اختبار *One Way Anova* حسب قاعدة القرار التالية:
 H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة المنصب في المشروع عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
 H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة المنصب في المشروع عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
 والنتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار مبينة في الجدول (78).

الجدول رقم (78): نتائج تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* في إجابات أفراد عينة الدراسة

تبعا لمتغير طبيعة المنصب في المشروع

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة sig
--------------	----------------	-------------	----------------	--------	-------------------

0.200	1.625	0.373	3	1.119	بين المجموعات	مستوى الإقبال و الإدراك
		0.230	37	8.498	داخل المجموعات	
		-	40	9.618	المجموع	
0.096	2.278	0.273	3	0.819	بين المجموعات	دراسة الجدوى التفصيلية
		0.120	37	4.432	داخل المجموعات	
		-	40	5.250	المجموع	
0.139	1.950	0.275	3	0.824	بين المجموعات	تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية
		0.141	37	5.210	داخل المجموعات	
		-	40	6.033	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول (78) المتضمن اختبار تحليل التباين الأحادي أن قيمة F المحسوبة بلغت 1.625 للمحور الأول و 2.278 للمحور الثاني و 1.950 للمحور الثالث وهي أصغر من قيمة F الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة للمحاور الثلاثة بلغت 0.200, 0.096 , 0.139 و sig=0.200 و هي أكبر من 0.05، ما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير طبيعة المنصب في المشروع ، وهذا ما يؤكد أن تفاوت المنصب في المشروع لا يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل أنه: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لطبيعة المنصب في المشروع عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ".

* الفرضية الفرعية السادسة:

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير طبيعة المنصب تم استخدام اختبار *One Way Anova* حسب قاعدة القرار التالية:

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لسنوات الخبرة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لسنوات الخبرة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

والنتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار مبينة في الجدول (79).

الجدول رقم (79): نتائج تحليل التباين الأحادي *One Way Anova* في إجابات أفراد عينة الدراسة

تبعا لمتغير سنوات الخبرة

مستوى الدلالة sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
0.436	0.848	0.205	2	0.411	بين المجموعات	مستوى الإقبال و الإدراك
		0.242	38	9.207	داخل المجموعات	
		-	40	9.618	المجموع	
0.354	1.067	0.140	2	0.279	بين المجموعات	دراسة الجدوى التفصيلية
		0.131	38	4.971	داخل المجموعات	
		-	40	5.250	المجموع	
0.362	1.045	0.157	2	0.314	بين المجموعات	تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية
		0.150	38	5.719	داخل المجموعات	
			40	6.033	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS V.26

تشير نتائج الجدول (79) المتضمن اختبار تحليل التباين الأحادي أن قيمة F المحسوبة بلغت 0.848 للمحور الأول و 1.067 للمحور الثاني و 1.045 للمحور الثالث وهي أصغر من قيمة F الجدولية، كما أن قيمة مستوى الدلالة للمحاور الثلاثة بلغت 0.436, 0.354, 0.362 و sig=0.436 هي أكبر من 0.05، ما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية α

(0.05) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير سنوات الخبرة ، وهذا ما يؤكد أن سنوات الخبرة لا تعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل أنه: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لسنوات الخبرة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$."

* الفرضية الفرعية السابعة

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة تعزى لمتغير خبرة الإستثمار في مجالات أخرى، تم استخدام اختبار t للفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين *T-Test for independent samples* حسب قاعدة القرار التالية:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الخبرة في مجالات أخرى عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف خبرة الإستثمار في مجالات أخرى عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

والنتائج المتوصل إليها موضحة في الجدول (80).

الجدول رقم (80): نتائج اختبار t للفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لاختلاف الخبرة في

الإستثمار في مجالات أخرى

العدد	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	مستوى الدلالة sig
-------	-----------------	-----------------	-------------------

0.047	2.021	2.051	29	نعم	مستوى الإقبال و الإدراك
			12	لا	
0.995	2.021	0.006	29	نعم	دراسة الجدوى التفصيلية
			12	لا	
0.522	2.021	0.647	29	نعم	تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية
			12	لا	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ومخرجات SPSS v.26

تشير نتائج الجدول (80) أن قيمة t المحسوبة بلغت (2.051) بالنسبة لمستوى الإدراك و الإقبال لأهمية دراسة الجدوى و هي أكبر من قيمة t الجدولية ، كما أن قيمة مستوى الدلالة بلغت $sig=0.047$ و هي أصغر من 0.05، مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) في آراء عينة الدراسة حول درجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية تبعا لمتغير اختلاف الخبرة في الإستثمار في مجالات أخرى ، و هذا ما يؤكد أن الخبرة في الإستثمار في مجالات أخرى يعتبر عاملا يؤدي إلى وجود تباين في آراء أفراد العينة، وبالتالي حسب قاعدة القرار المعتمدة نقبل الفرضية البديلة أنه: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة لدرجة الإلتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لخبرة الإستثمار في مجالات أخرى عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ".

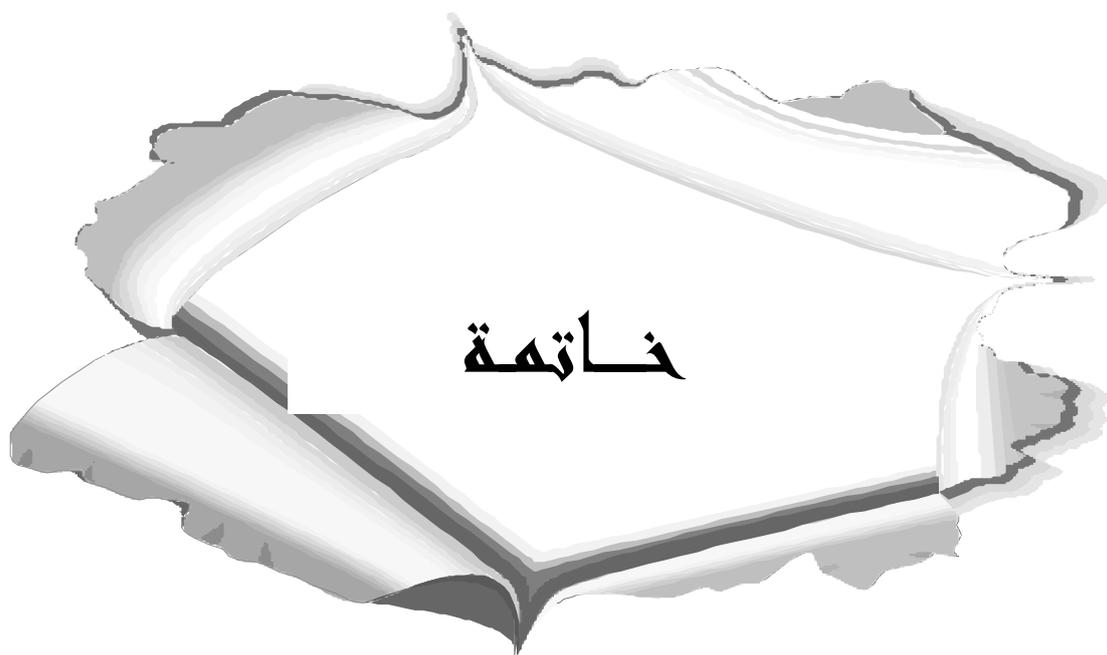
خلاصة

تحتل ولاية جيجل موقعا استراتيجيا لما تشمل عليه من مقومات طبيعية سياحية متنوعة تجعلها أحد أهم مناطق الجذب السياحي على مستوى الجزائر، مما يظهر أهمية الاستثمار في مجال السياحة كأحد العناصر الفاعلة في تحقيق التنمية المحلية، وتحقيق الرؤية الإستراتيجية لصناعة السياحة على المستوى الوطني، و اعتمدت الولاية على مخطط توجيهي للتهيئة السياحية وفق مراحل متعددة بهدف اقامة مشاريع استثمارية ترتقي بهياكل الاستقبال من حيث العدد والتنوع، وكذا توفير المنشآت القاعدية والمهيكلية اللازمة لتطوير الأداء السياحي في إطار تهيئة الإقليم والمساهمة في إنعاش التنمية.

وقد هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الميدانية إلى معرفة واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل ، باستخدام أداة ملائمة للحصول على المعلومات والبيانات المرتبطة بموضوع الدراسة تمثلت في الاستبانة. هذه الأخيرة وبعد المعالجة الإحصائية من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss تبين أنها متسقة وصادقة لما وضعت له، وذلك كما أظهرته نتائج اختبار معاملات ارتباط بيرسون ومعامل ألفا كرونباخ، ما جعلنا نعتمد على نتائجها في تحقيق أهداف هذه الدراسة.

ولقياس درجة اعتماد دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في مشاريع قطاع السياحة بولاية جيجل لجأنا إلى استخدام المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية ، حيث أظهرت النتائج أن هناك اعتماد متوسط على معايير الربحية التجارية في تقييم المشاريع السياحية في حين اعتماد منخفض في اعتماد معايير الربحية الاجتماعية، وهو الأمر الذي دعمه عدم تباين وتشنت آراء أفراد عينة الدراسة، حيث كانت قيمة الانحرافات المعيارية أقل من الواحد الصحيح كدليل على اتساق إجابات أفراد العينة حول العبارات المختلفة.

من جهة أخرى توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية الباحثين لواقع متغيرات الدراسة تعزى إلى سماتهم الشخصية والوظيفية (الجنس، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، الوضع الوظيفي). في حين كانت هناك فروق فيما يخص العمر والخبرة المهنية.



خاتمة

خاتمة

من خلال هذه الدراسة تبين لنا أن القطاع السياحي يعتبر من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد معظم الدول على تطويره وتنميته، حيث يعتبر موردا اقتصاديا يساهم في الناتج المحلي الإجمالي و في زيادة الدخل الوطني و النمو الاقتصادي للدول، من خلال الإيرادات السياحية المتنامية الناتجة عن تزايد تدفق العملات الأجنبية التي ينفقها السياح خلال مدة إقامتهم في الأماكن السياحية مقابل المنفعة المحققة عن مزيج متنوع مؤلف من مختلف السلع والخدمات المقدمة من طرف الدولة المستضيفة، حيث تعمل هذه الأخيرة على استغلال مواردها السياحية للرفع من حجم دخلها الوطني، فقطاع السياحة يتيح فرصا أكبر للتشغيل وزيادة الثروة ودعم رصيد ميزان المدفوعات وكذلك تحسين المستوى المعيشي للسكان و تحقيق التوازن في التنمية بين مختلف الأقاليم.

فقد أصبحت السياحة من القطاعات الهامة في الاقتصاد العالمي، وأحد الركائز الأساسية في بناء الدول، حيث فاقت إيراداتها إيرادات القطاع الصناعي في العديد من دول العالم، ورصدت لها الدول المتقدمة والنامية حصصا هامة في ميزانياتها لتمويل البرامج والمخططات الكفيلة بتطويرها في المدى الطويل والمتوسط، لاسيما من خلال إنشاء الفنادق والمنتجعات السياحية وتطوير المعروض السياحي وخلق الميزة التنافسية لتوجيه آراء السياح، والاستحواذ على حصص هامة من السوق السياحي العالمي.

إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو الاقتصادي، لذا نجد الكثير من الدول تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي، والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعها الداخلية و الخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

لذا فإن الجزائر في الفترة الأخيرة و خصوصا بعد أزمت أسعار النفط، أدركت ضرورة الالتفات إلى القطاع السياحي وإعطائه الأهمية التي يستحقها كونه من البدائل الممكن استغلالها و التي

تستطيع من خلالها التخفيف من متاعب تبعيتها للبتترول وضمان تماسك اقتصادها وتنويع مصادر دخله، حيث تحاول جاهدة إعادة بعث و تأهيل وعصرنة قطاعها السياحي ، من خلال إطلاقها لبرنامج شامل لتهيئة قطاع السياحة وتنميته ليكون من البدائل المهمة في تنويع الاقتصاد و الدفع بالتنمية الاقتصادية نحو الاستدامة.

إذ سعت الحكومة الجزائرية إلى جعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المرجع الرئيسي للسياسة السياحية بالجزائر في آفاق 2030، و هدفت من خلاله إلى جعل الجزائر أول قبة للسياحة في المغرب العربي بحلول عام 2025، إلا أن المتبع لمدى تطبيق هذا المخطط يكاد يجزم بأنه لا يزال بعيدا عن الخطط المرصودة و الأرقام المستهدفة. وعموما مكنتنا هذه الدراسة بشقيها النظري و التطبيقي من استخلاص النتائج التالية:

النتائج النظرية:

من خلال استقراءنا لواقع السياحة في الجزائر و المشاريع المخططة للارتقاء بها، و العقبات التي تواجهها خلصنا إلى النتائج التالية:

- ضعف قطاع السياحة الجزائري من حيث المردودية الاقتصادية ومن حيث الهياكل المتنوعة أيضا، فرغم الكنوز السياحية التي تمتلكها الجزائر إلا أن حصتها من سوق السياحة العالمية تظل ضئيلة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال كما أن 90% من الحظيرة الفندقية بالجزائر لا تستجيب للمقاييس الدولية (غير مصنفة).

- لتدارك هذا العجز سطرت وزارة السياحة مخطط أعمال ضخمة من أجل تنمية قطاع السياحة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الداخلة في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، و الذي يهدف إلى جعل الجزائر أول قبة سياحية في المغرب العربي بحلول 2025، وذلك من خلال إنجاز أقطاب سياحية ذات امتياز تكون بمثابة قاطرة للنهوض بالسياحة، و تحديد مناطق التوسع السياحي قصد الاستغلال العقلاني للفضاءات السياحية، بالإضافة إلى إنشاء مدارس سياحية جديدة و إدراج التكوين السياحي بمدارس التكوين و التعليم المهني، ضمانا للتكوين في هذا المجال.

- رغم الاستراتيجية المسطرة لتطوير السياحة الجزائرية و رغم الجهود المبذولة في هذا المجال إلا أن الأرقام المحققة في الواقع تبقى بعيدة عن الأهداف المسطرة، نتيجة الإشكالات العديدة التي تعترض تجسيد هذا المخطط و على رأسها إشكالية العقار السياحي و ضوابط استغلاله، ضعف الهياكل السياحية من

حيث التأهيل و التسيير، ضعف تسويق المنتج السياحي الجزائري ، بالإضافة إلى تدني مستوى الثقافة السياحية و البيئية التي تعتبر ركيزة أساسية لأي تنمية سياحية مستدامة.

● إن نجاح الاستثمار في المشاريع السياحية و تحقيقها لأهدافها الاقتصادية و الاجتماعية، لا يتأتى إلا بضرورة إجراء دراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية لهذه المشاريع قبل تنفيذها، لما لهذا التقييم المالي و الاقتصادي، و هذه الدراسات التسويقية و الفنية و المالية و القانونية، من دور في ترشيد قرارات الاستثمار، و بالتالي ضمان تحقيق هذه المشروعات لأهدافها عند تنفيذها، سواء من وجهة نظر المستثمر الخاص و ما يحققه من عائد مادي و ربحية تجارية ، أو من وجهة نظر الدولة و ما تنتظره من عوائد اجتماعية تعود بالنفع على الاقتصاد و المجتمع ككل.

● إن دراسة الجدوى الاقتصادية و تقييم المشاريع السياحية تحتاج إلى مكاتب مختصة لإنجازها بمضمونها العلمي السليم، فهي تختلف كلية عن الدراسة أو البطاقة التقنية للمشروع التي يعدها خبير حسابات أو خبير في هندسي و التي تدرج في طلب الحصول على الترخيص بإنجاز المشروع، حيث أن عدم تأكيد الجهات الرسمية المنوط بها الترخيص بإقامة المشاريع السياحية على ضرورة إرفاق طلب الترخيص بدراسات منهجية لجدواها الاقتصادية، حال دون تطور هذا النوع من الدراسات لدى المؤسسات المستثمرة.

● ولاية جيجل و رغم الكنوز السياحية التي تمتلكها إلا أنها تعاني من عجز كبير في هياكل الاستقبال التي لا توفر حاليا سوى 2148 سرير متمثلة في 28 مؤسسة فندقية، كلها لا تستجيب للمقاييس الدولية (غير مصنفة) .

● و لتدارك هذا العجز و في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الخاص بولاية جيجل تشهد المرحلة الراهنة تسارعا في تسجيل العديد من المشاريع للرفع من قدرات الاستقبال، حيث تشير الأرقام إلى وجود أكثر من 53 مشروع سياحي قيد الإنشاء و الدراسة على مستوى الولاية في إطار تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلا أن وضعية هذه المشاريع و الوقت المستغرق في تجسيدها جعل من عملية الاستثمار السياحي تواجه تحديات كبرى متعلقة أساسا بالدراسات المتعلقة بها و جدواها الاقتصادية.

النتائج التطبيقية:

لمعرفة واقع اعتماد دراسات الجدوى و تقييم المشاريع في استثمارات قطاع السياحة بولاية جيجل استهدفت الدراسة الميدانية المشاريع السياحية المبرمجة في ولاية جيجل والمتمثلة في: "مشاريع قيد

الاستلام، مشاريع في طور الإنجاز، مشاريع متوقفة، مشاريع غير منطلقة و مشاريع على مستوى الوزارة قصد المصادقة على المخططات". هذه المشاريع تمثل حركية الاستثمار السياحي في ولاية جيجل في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية الخاص بالولاية و هدفه القائم على خلق ديناميكية في القطاع و الرفع من الطاقة الفندقية و قدرات الاستقبال حيث خلص الباحث إلى النتائج التالية:

✓ هناك مستوى مرتفع من الإدراك لأهمية القيام بدراسات الجدوى و تقييم المشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة لولاية جيجل في حين كان هناك تباين فيما يخص سلوك هذه المؤسسات تجاه القيام بهذه الدراسات و التقييمات من متوسط إلى مرتفع، كما كان هناك إلمام مرتفع لدى هذه المؤسسات المستثمرة بمعوقات دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية حيث:

- معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق أن هناك مستوى من الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية باستثمارات قطاع السياحة في ولاية جيجل ، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور إذ بلغ 3.89، وهو يقع ضمن الفئة [3.40-4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة، حيث وجدنا:

* المتوسطات الحسابية لعبارات الجزء المتعلق بنظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية محصورة بين (3.78 و 4.21)، و هذا يعبر عن درجات موافقة مرتفعة من وجهة نظر العينة لمختلف عبارات هذا الجزء، مما يشير إلى إدراك مرتفع بأهمية القيام بدراسة الجدوى و تقييم المشاريع في إقامة المشاريع السياحية.

* التفاوت فيما يخص موافقة أفراد العينة حول سلوك المستثمر تجاه القيام بدراسة الجدوى المشاريع السياحية ، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.29 و 4.17)، أي بين الرأيين موافق ومحاميد، وهذا ما يعبر عن مستوى موافقة مرتفع أو متوسط. مما يشير إلى التزام مرتفع و متوسط تجاه الالتزام بالقيام بدراسة الجدوى في إقامة المشاريع السياحية.

* مستوى موافقة أفراد العينة مرتفع على أغلب عبارات الجزء المتعلق بإلمام المستثمر بمعوقات دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية، وذلك من خلال ما تعكسه المتوسطات الحسابية لعبارات هذا الجزء، والتي كانت محصورة بين (3.65 و 4.17).

✓ هناك مستوى مرتفع تجاه القيام بتطبيق دراسات الجدوى التفصيلية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة بولاية جيجل إجمالاً، إلا أن مستوى الالتزام بإجراء تطبيق دراسة الجدوى القانونية كان متوسطاً مما قد يفسر العقبات و الإشكالات التي تحول دون انطلاق عدد كبير من المشاريع و التي في مجملها عقبات قانونية، حيث:

- معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق اتجاه الالتزام بتطبيق دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور الذي بلغ 3.70، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة حيث وجدنا:

* وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح للالتزام بتطبيق دراسة الجدوى التسويقية قد بلغ 3.78 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. مما يشير إلى التزام مرتفع تجاه القيام بدراسة الجدوى التسويقية.

* وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح للالتزام بتطبيق دراسة الجدوى الفنية قد بلغ 4.21 وهو يقع ضمن الفئة [4.20 - 5.00] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة جداً. مما يشير إلى التزام مرتفع جداً تجاه القيام بدراسة الجدوى الفنية.

* وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح للالتزام بممارسة و تطبيق دراسة الجدوى القانونية قد بلغ 2.89 وهو يقع ضمن الفئة [2.60 - 3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة. مما يشير إلى التزام متوسط تجاه القيام بدراسة الجدوى القانونية.

* وفقاً لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح للالتزام بتطبيق دراسة الجدوى المالية قد بلغ 3.86 وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة. مما يشير إلى التزام مرتفع تجاه القيام بدراسة الجدوى المالية.

✓ هناك التزام متوسط في مجمله تجاه إجراء تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع من قبل القائمين على المشاريع السياحية محل الدراسة، إلا أن التباين واضح بين تطبيق معايير الربحية التجارية و تطبيق معايير الربحية الاجتماعية، مما قد يفسر حالة التخبط التي تعانيتها هذه الاستثمارات و التي أدت إلى توقف العديد منها سواء بسبب العقار السياحي و التعقيدات الاجتماعية التي أصبحت السمة البالغة له من خلال استنزاف مساحات واسعة من مناطق التوسع السياحي أو إشكالية الأراضي الفلاحية الموجودة بداخلها، أو تكلفة تهيئة هذه المناطق و تزويدها بالبنية التحتية و ربطها بالشبكات

الضرورية، ناهيك عن كون العقار السياحي أصبح هدفا في حد ذاته بعيدا عن أي استثمار نتيجة موقعه و ميزاته حيث:

- معظم مفردات عينة الدراسة كان رأيهم ينتمي إلى مجال موافق بدرجة متوسطة اتجاه القيام بتقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا المحور و الذي بلغ 3.28، وهو يقع ضمن الفئة [2.60 - 3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة، و كان هناك تباين بين الربحية التجارية و الاجتماعية حيث:

* وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح اتجاه تطبيق معايير تقييم الربحية التجارية على مشاريعهم قد بلغ 3.84، وهو يقع ضمن الفئة [3.40 - 4.20] التي تشير إلى درجة موافقة مرتفعة تجاه إجراء تقييم الربحية التجارية.

* وفقا لآراء مفردات عينة الدراسة فإن المتوسط الحسابي العام المرجح تجاه اعتماد الجهات المختصة للدولة على معايير تقييم الربحية الاجتماعية في منح الموافقة على اعتماد المشاريع السياحية قد بلغ 2.60 وهو يقع ضمن الفئة [2.60 - 3.40] التي تشير إلى درجة موافقة متوسطة إلى منخفضة تجاه وجود تطبيق لمعايير الربحية الاجتماعية.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة حول مدى درجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف الجنس، أو لاختلاف المؤهل العلمي، أو لطبيعة التخصص أو لطبيعة المنصب في المشروع، أو لسنوات الخبرة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد عينة الدراسة حول مدى درجة الالتزام بالقيام بدراسات الجدوى و تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع لدى المؤسسات المستثمرة بقطاع السياحة في ولاية جيجل تعزى لاختلاف العمر، و لخبرة الاستثمار في مجالات أخرى عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

اقتراحات و توصيات الدراسة:

من خلال تحليل الإشكالية محل الدراسة، و بعد استخلاص جملة النتائج السابقة، نورد فيما يلي جملة من التوصيات و الاقتراحات، نعتقد أنها ستسهم في دفع وتيرة اعتماد و نجاح المشروعات السياحية:

-تحيين و تفويم المخطط الوطني للتهيئة السياحية و الخروج به من دائرة الأرقام المجردة، إلى تحديد فرص الاستثمار الحقيقية حسب الأولوية (أولوية السياحة الداخلية عن الخارجية) من خلال إعداد ما يعرف بخرائط فرص الاستثمار التي تمكن من إجراء دراسات جدوى و تقييم مالي و اقتصادي للمشاريع بشكل أكثر دقة و موضوعية.

-إنشاء وكالة أو هيئة متخصصة في منح تراخيص الاستثمار السياحي بشتى أنواعه و متابعتة، لتجنب تشتت و تضارب القرارات المتعلقة بهذا الأخير بين مصالح الولاية و الوزارة و مديرية السياحة و الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، ناهيك عن مديرية الغابات في حال السياحة الجبلية، و مديرية الصيد البحري في مشاريع السياحة البيئية، مما يعود بالأثر الإيجابي في إعداد الدراسة القانونية و الفنية للمشاريع.

-الإسراع في تطهير مناطق التوسع السياحي و إعداد مقارنة جديدة حول العقار السياحي و استغلاله خصوصا في ظل تداخل هذا النشاط مع النشاط الفلاحي في عديد المواقع و رفض الفلاحين التنازل عن أراضيهم المستغلة في الفلاحة لغرض إقامة المنشآت السياحية، مما يطرح جدلية الاستدامة بين القطاعين و أيهما أولى، و هو أمر جوهري في تقييم الربحية الاجتماعية لهذه المشاريع.

-إعداد بطاقة وطنية للمستثمر في القطاع السياحي ذلك أن الأوعية العقارية التي تم تخصيصها لمناطق التوسع السياحي يجب أن يستفيد منها المستثمرين الحقيقيين الذين لديهم دراية بخصوصية و حساسية الاستثمار في هذا القطاع و ليس لمن همهم فقط الحصول على العقار السياحي في إطار الامتياز.

-يجب التركيز على الدور المحوري لدراسات الجدوى و تقييم المشاريع للاستثمارات السياحية، في نجاح المشاريع المقترحة، الأمر الذي من شأنه تشجيع المشاريع المجدية و الأكثر نجاعة بما يضمن تنفيذها في آجال معقولة و بوتيرة متسارعة.

- على الجهات الرسمية ان تقوم بمساعدة أصحاب المشاريع السياحية والذين لا يعملون دراسة جدوى اقتصادية لمشاريعهم بسبب اعتقادهم بأنها تكاليف إضافية تقع على عاتقهم بأن تنشئ مكتب استشاري يقدم هذه الخدمة كمساعدة ضرورية مجانا او مقابل تكاليف متواضعة مما يعود نفعه على الطرفين فأصحاب المشاريع يحصلون على دراستهم اما المكتب الاستشاري فيوفر قاعدة معلومات ودراسات متنوعة ممكن ان تستخدم في المستقبل كمراجع او تشكل مكتبة قيمة يعود إليها الباحثين والدارسين وحتى أصحاب مشاريع أخرى للاستفادة من البيانات والمعلومات، و كذا الدولة في احتسابها للربحية الاجتماعية لهذه المشاريع.

- على من يملكون قرار الاستثمار في مثل هذه المشاريع والمكاتب الاستشارية التي يقع على عاتقها دراسة الجدوى الاقتصادية لهذه المشاريع أن يأخذوا بعين الاعتبار العوامل والخصائص التي ميزت هذه المشاريع عن غيرها من المشاريع في القطاعات الأخرى بأن توضع دراسات للجدوى مستقلة ومختلفة لكل مشروع وحسب خصائصه كدرجة التصنيف، النوع، فئة الزبائن، الغاية من الاستثمار... الخ، وفي حالة أي تغيير يحدث على أحد هذه الخصائص يجب ان يتم وضع دراسة جدوى جديدة تتلاءم والمتطلبات الجديدة ولا يكتفوا بما تم دراسته سابقاً.

آفاق الدراسة:

عالجت هذه الدراسة موضوعاً متعلقاً باقتصاديات السياحة، يخص جانباً جزئياً متعلقاً بتقييم ربحية المشاريع السياحية بشقيها التجاري والاجتماعي انطلاقاً من دراسات الجدوى الاقتصادية، حيث بينت الدراسة الدور الهام الذي تلعبه دراسات الجدوى في تقييم وتمويل المشروعات السياحية خاصة في ظل حساسية الاستثمار في هذا القطاع سواء على مستوى الظروف المحيطة بالاستثمار بصفة عامة و السياحي بصفة خاصة، أو نوع المشروع في حد ذاته، أو أفضليته و استدامته مقارنة بقطاعات أخرى، لذلك يمكن اقتراح بحوث في نفس الباب تعالج المواضيع التالية:

- أثر استخدام تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية على أداء المشاريع السياحية.
- العائد الاقتصادي و الاجتماعي للاستثمار في قطاع السياحة.
- الربحية الاجتماعية للاستثمار في قطاع السياحة في ظل إشكالية التنمية المستدامة.
- تأثير الأزمات المفاجئة على الأداء المالي و الاقتصادي لقطاع السياحة. "أزمة كوفيد 19 أنموذجاً".



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ- باللغة العربية:

- الكتب:

1. أبو عياش عبد الإله و آخرون، مدخل إلى علم السياحة في الأردن، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
2. أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2002.
3. أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط5، عمان، الأردن، 2007.
4. أحمد سعيد باخرمة، اقتصاديات جدوى المشروعات الاستثمارية، دار الزهراء للنشر و التوزيع، الرياض، 2001.
5. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2008.
6. أحمد غنيم، قرارات إنشاء المشروعات الجديدة نظريا وتطبيقيا، المكتبات الكبرى، ط1، القاهرة، 1998.
7. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007.
8. أحمد فوزي مولوخية، أسس دراسة الجدوى للمشروعات الاقتصادية، دار الهناء، الاسكندرية، 2009.
9. أحمد ماهر، اقتصاديات الإدارة، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2002.
10. أحمد محمد دسوقي، تقييم المشروعات الاستثمارية العامة في مصر، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2009.
11. أحمد محمد غنيم، دراسات الجدوى والتحليل المالي في ترشيد قرارات الاستثمار والائتمان، درا المستقبل، بور سعيد، مصر، 1993.
12. أحمد محمد غنيم، دراسة جدوى المشروعات، المكتبة العصرية، ط1 مصر، 2010.
13. آدم مهدي أحمد، الدليل لدراسات الجدوى الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
14. أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009.
15. إسماعيل أحمد عصر، الدراسة المالية لجدوى المشروعات الاستثمارية، دار النهضة العربية، مصر، 2007.
16. إسماعيل الدباغ، الهام خضير شبر، "مدخل متكامل في الاستثمار السياحي و التمويل"، ط1، دار اثراء للنشر و التوزيع، عمان، 2015.

17. إلياس سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2002.
18. أمين السيد أحمد لطفي، دراسة جدوى المشروعات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
19. أويس عطوة الزنط، أسس تقييم المشروعات، المكتبة الأكاديمية، الجزء الثاني، 1992 .
20. ثناء محمد طعيمة، نظم المعلومات المحاسبية في تقييم المشروعات الاستثمارية، إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002.
21. جلييلة حسن حسنين، "دراسات في التنمية السياحية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 .
22. جمال حلاوة، علي صالح، مدخل إلى علم التنمية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
23. حسين عطير و آخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار الراية للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2002.
24. حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن.
25. حكمت أحمد الراوي، البعد المحاسبي لجدوى تقييم المشروعات الاستثمارية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2000.
26. حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.
27. حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، الوارق للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
28. حميد جاسم الجميلي، عبد الحلیم محمد جبران، الجدوى الاقتصادية و تقييم المشاريع، الوارق للنشر و التوزيع، الأردن، 2013.
29. حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران، الوارق للنشر و التوزيع، عمان، 2003.
30. حنفي زكي عبيد محمد، محاضرات في المنهج العلمي في تقويم المشروعات الاستثمارية، مركز التعليم المفتوح، القاهرة، 2000.
31. خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007.
32. خالد وصيف الوزني، أحمد حسين الرفاعي، مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية و التطبيق، دار وائل للنشر، ط6، عمان 2004.

33. خليل محمد خليل، دراسة الجدوى الاقتصادية، ط1، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، القاهرة، 2008.
34. دريد كامل آل شبيب، الاستثمار والتحليل الاستثماري، دار اليازوري، عمان، 2009.
35. ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأساليبه وأدواته، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
36. زيد سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية و الفندقية، دار كنوز للمعرفة و النشر و التوزيع، ط1، عمان، 2006.
37. زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، دار الراية للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2008.
38. زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
39. سالم قاسم النعيمي، الترشيد الفعلي للإنفاق الاستثماري، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
40. يسرى دعبس، التنمية السياحية المتواصلة، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2009.
41. سعد طه علام، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفرقد للنشر والتوزيع، ط1، دمشق، 2006.
42. سعيد عبد العزيز عثمان، النظام الضريبي وأهداف المجتمع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
43. سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
44. سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات و مشروعات B.O.T بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
45. سمية عرفة شلبي، أحمد عرفة، دراسات الجدوى وماذا بعد الجدوى؟، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2005.
46. سمير محمد عبد العزيز، الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية وقياس الربحية التجارية والقومية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2000.
47. سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، ط1، عمان، 2001.
48. السيد عباس السيد، مقدمة في دراسة الجدوى للمشروعات الاستثمارية، مكتبة الجلاء الحديثة، بورسعيد، 1990.
49. صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي "أسس عملية وتجارب عربية"، دار وائل للنشر ، عمان، 2007.

50. صفاء عبد الجبار الموسوي، طه مهدي محمود، "التضخم الاقتصادي و التنمية السياحية"، ط 1 ، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان-الأردن، 2015 .
51. صلاح الدين الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996.
52. صلاح الدين حسن السيبي، دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
53. صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة والنشر، ط 1، دمشق، 2002.
54. طاهر حيدر حردان، "أساسيات الاستثمار"، ط 1، دار المستقبل للنشر و التوزيع، 2009.
55. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ط 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
56. طلال كداوي، تقييم القرارات الاستثمارية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
57. عاطف جابر طه عبد الرحيم، دراسات الجدوى: التأصيل العلمي والتطبيق العملي، درا الجامعة، القاهرة، 2003.
58. عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي: مدخل استراتيجي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
59. عبد الحميد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي، إدارة المخاطر الائتمانية من وجهتي النظر المصرفية والقانونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002.
60. عبد الحميد المغربي، الإدارة: الأصول والتوجهات المستقبلية لمدير القرن الحادي والعشرون، المكتبة العصرية، مصر، 2006.
61. عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية- بين النظرية والتطبيق-، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004.
62. عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1992.
63. عبد الغفار حنفي، أساسيات التمويل والإدارة المالية، دار النشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007.
64. عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص، أساسيات الاستثمار و التمويل، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2001.
65. عبد القادر بابا، دراسة الجدوى الاقتصادية، دار الرواد، عمان، 2014.
66. عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسات الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية مع مشروعات BOT، الدار الجامعية، ط 2 الإسكندرية، مصر، 2001 .
67. عبد الكريم يعقوب، دراسة جدوى المشروع، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط 1 ، الأردن، 2008.

68. عبد الله عبد الكريم عبد الله، "ضمانات الاستثمار في الدول العربية"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
69. عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية وقياس الربحية التجارية والقومية، مكتبة الإشعاع الفنية، مصر، 2000.
70. عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية واتخاذ القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000 .
71. عبد المنعم أحمد الدردير، الإحصاء البارامترى واللابارامترى في اختبار فروض البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2006.
72. عبد المنعم التهامي، دراسات الجدوى الاقتصادية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1984.
73. عثمان محمد غنيم، بينتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003.
74. عصام حسن أحمد الدليعي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014.
75. عقيل جاسم عبد الله، تقييم المشروعات - إطار نظري وتطبيقي، دار مجدلاوي، ط2، عمان، 1999.
76. علي عباس، الإدارة المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
77. عمر جوايرة المكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
78. غازي عناية، البحث العلمي: منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014.
79. فليح حسن خلف، أساسيات دراسة الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2012.
80. فليح حسن خلف، التنمية والتخطيط السياسي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
81. قاسم ناجي حمدي، مدخل نظري و تطبيقي في أسس إعداد دراسات الجدوى و تقييم المشروعات: منظور تنموي، دار المناهج، عمان، 2000.
82. قاسم ناجي حمدي، أسس إعداد دراسات الجدوى وتقييم المشروعات، ج1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
83. قاسم نايف علوان، "إدارة الاستثمار بين النظرية و التطبيق"، ط 1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2009.

84. كاظم جاسم العيادي، دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات: تحليل نظري و تطبيقي، دار المناهج عمان، 2001.
85. ماجد أحمد عطا الله، "إدارة الاستثمار"، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
86. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001.
87. مبارك لسوس، التسيير المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2012.
88. محمد الصيرفي، اقتصاديات المشروعات، حورس الدولية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2005.
89. محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، عين مليلة، 2002.
90. محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2015.
91. محمد دياب، دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع، دار المنهل اللبناني، ط1، بيروت، 2007.
92. محمد صالح الحناوي، نihal فريد مصطفى، الإدارة المالية التحليل المالي لمشروعات الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
93. محمد صالح الحناوي، الإدارة المالية، التحليل المالي للمشروعات الجديدة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
94. محمد صالح الحناوي، دراسات جدوى المشروع— الأساسيات والمفاهيم-، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
95. محمد طيب، محمد عبيدات، الإدارة المالية، دار المستقبل، عمان، 2008.
96. محمد عبد الفتاح الصيرفي، دراسة الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات، دار الفكر للطباعة و النشر، عمان، 2002.
97. محمد فريد الصحن، علي شريف، اقتصاديات الإدارة -منهج القرارات -، الدار الجامعية بيروت، 1998.
98. محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الحلاق، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار اليازوري العملية، عمان، 2013.
99. محمد هشام خواجكية، دليل إعداد و تقييم المشروعات الإستثمارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002.
100. محمد يسري دعبس، التربية السياحية والتنمية الشاملة، دار المعارف، القاهرة، 1993.

101. محمود أمين زويل، دراسة الجدوى وإدارة المشروعات الصغيرة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000.
102. محمود محمد ديب طيوب، الجدوى الاقتصادية للمشروعات، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، 2008.
103. محي الدين يعقوب أبو الهول، "تقييم أعمال البنوك الإسلامية الاستثمارية-دراسة تحليلية مقارنة-"، ط 1، دار النفائس للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
104. محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2008.
105. مسعد محمود الشرقاوي، مبادئ المحاسبة المالية، ج2، المكتبة العصرية، مصر، 2006.
106. مصطفى كمال السيد طایل، القرار الاستثماري في البنوك الإسلامية، دار المعارف، مصر، 1999.
107. مصطفى محمود أبو بكر، فهمي معالي حيدر، دليل إعداد دراسات جدوى المشروعات وتحقيق فاعلية القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
108. مصطفى يوسف كافي وآخرون، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار المجتمع العربي، عمان، 2015.
109. مصطفى يوسف كافي، تسويق الخدمات الفندقية، دار ألفا، قسنطينة، 2016.
110. مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان، دمشق 2012.
111. مصطفى يوسف كافي، جلال بدر خضرة، دراسة جدوى المشروعات السياحية، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، 2018.
112. مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة السياحية . وتطبيقاتها"، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1 ، قسنطينة-الجزائر، 2017.
113. مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، "التنمية و التسويق السياحي"، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2017.
114. مصطفى يوسف كافي، "التنمية السياحية"، ط1 ، ألفا للوثائق للنشر و التوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2017.
115. مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة و السفر، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2016.
116. معروف هوشيار، تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضري، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

117. مفلح محمد عقل، مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
118. منير إبراهيم هندي، الإدارة المالية: مدخل تحليلي معاصر، المكتب العربي الحديث، ط10، الإسكندرية، 2015..
119. منير إبراهيم هندي، الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1998.
120. منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002.
121. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، "أساسيات التمويل و الاستثمار في صناعة السياحة"، ط1، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2010.
122. ناظم محمد نوري الشمري و آخرون، أساسيات الإستثمار العيني و المالي، دار وائل للنشر، عمان، 1999.
123. نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2008.
124. نزيه عبد المقصود، محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
125. نصيرة بوعون يجياوي، الضرائب الوطنية والدولية، دار الصفحات الزرقاء، البويرة، الجزائر، 2010.
126. وليد كامل أبو خير، إدارة العمليات الاستثمارية و التمويلية، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2015.
127. يحيى عبد الغني أبو الفتوح، أسس وإجراءات دراسات جدوى المشروعات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007.
128. يعرب محمود ابراهيم الجبوري، "دور المصارف الاسلامية في التمويل و الاستثمار"، ط 1، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2014.

– الأطروحات و الرسائل الجامعية:

1. أحمد عادل حماد، نحو إستراتيجية تسويق فعالة للسياحة السوداء في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، 2017.
2. آسيا بلقاضي، دراسة قياسية لمحددات الطلب السياحي الدولي: مقارنة بين الجزائر و تونس، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2018-2019.
3. آمال حابس، تقييم الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، جامعة أم البواقي، 2017-2018.

4. باديس بوغرة، تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمارات في قطاع الرياضة، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016، 2017.
5. بعبشة نجيب، "أهمية تنمية القطاع السياحي و أثره على الاقتصاد الوطني-دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب-"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 03، 2013.
6. تريكي العربي، "واقع الاستثمار السياحي، دراسة مقارنة بين الجزائر و تونس"، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 2013.
7. حري المخطارية، دور الإستثمار الأجنبي المباشر في ترقية الإستثمار السياحي في دول المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2017.
8. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.
9. زبير دغمان ، دراسة الجدوى للمشاريع الاستثمارية ذات الطابع الاجتماعي دراسة حالة الشطر الأخير قيد الإنجاز من الطريق السيار شرق -غرب، أطروحة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، (تحليل اقتصادي)، جامعة الجزائر 03، 2012.
10. زهية حوري، تقييم المشروعات في البلدان النامية باستخدام طريقة الآثار، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007.
11. زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة-دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2012.
12. ساعد بوراوي، تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017.
13. صليحة عشي، الآثار التنموية للسياحة- دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005.
14. صليحة عشي، الأداء والأثر الإقتصادي و الإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2010-2011.
15. عبد القادر بودي، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

16. مبارك لسوس، تقييم المشروعات الاستثمارية في قطاع الري الزراعي بالجزائر، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003.
17. محمد يونس، "سبل دعم القطاع السياحي من خلال الاستثمار الوطني و الأجنبي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة الجزائر 03 ، الجزائر، 2015-2016
18. محمدي عز الدين، "أهمية القطاع السياحي في تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية-حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2012.
19. محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007.
20. نوال دمداد، الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2010.
21. نور الدين تمجدين، دور و أهمية دراسات الجدوى في تقييم و تمويل مشروعات القطاع الخاص - دراسة حالة المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2018-2019.
22. الويزة قويدر، اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010.

– المجالات العلمية:

1. أحسن العايب، عبور رزق، أهمية السياحة ضمن استراتيجية السياحة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، العدد 14، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2017.
2. إيمان جمال علي محمد بكير وآخرون، دور الجدوى التسويقية في نجاح المشروعات السياحية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مصر، العدد 08، ديسمبر 2020.
3. جمال طاهر إبراهيم، المشروع التجاري في ميزان الربحية التجارية والربحية القومية، المحلية الأكاديمية لجامعة نوروو العراق، مجلد 11، عدد 23، 2022.
4. جيم تينتين، جهاد بطل أوغلو، السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي – الآفاق والتحديات - مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الإجتماعية و التدريب للدول الإسلامية، منظمة التعاون الإسلامي: 2017.

5. رانية قدحات و آخرون، تحليل اتجاهات الحركة السياحية البيئية العربية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة، كلية السياحة و الفنادق الجامعة الأردنية، العدد 03، المجلد 22، عمان، 2022.
6. رشيد سعيداني ، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد بشار، المجلد الثالث، العدد الثاني، جوان 2017
7. رشيد فراح، يوسف بودلة، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 12، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012.
8. عبد القادر حسين، إستراتيجية التنمية المستدامة في القطاع السياحي في الجزائر، على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030- الآليات والبرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد2، 2013.
9. عبد الناصر بن عبد الرحمان الزهراني، حسين كباشي قسيمة، "الاستثمار السياحي في محافظة العلاء"، مركز المعلومات والأبحاث السياحية TIRC ، الرياض، 2008.
10. عبير فرحات علي، الأداء الاقتصادي كمحدد للاستثمار الاجنبي المباشر، المؤتمر السنوي الثاني عشر: إدارة أزمة الاستثمار في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية، المجلد الأول ، جامعة عين شمس، مصر، 2007.
11. علي محمد خضر وآخرون، أسس دراسة الجدوى للمشروعات الاستثمارية الزراعية، جامعة عمر المختار- البيضاء، ليبيا، 1996.
12. كوثر عبد الفتاح الأبيجي، دراسة جدوى الاستثمار في ضوء أحكام الفقه الإسلامي، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، مجلد2، عدد2، 1985.
13. محمد طالي، أثر الحوافز الضريبية وسبل تفعيلها في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة الشلف، الجزائر، 2009.
14. مسعود بن مويزة ، دور السياحة في تعزيز أهداف التنمية المستدامة وفقا لتقارير منظمة السياحة العالمية إشارة لحالة الجزائر، Global Journal of Economics and Business – Vol. 4, No. 3 , 2018,p377
15. منور أوسيرير و آخرون، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد السابع، 2009
16. ناصر دبة، محمد السعيد مزياني، الاستثمار الأجنبي المباشر كآلية فعالة للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 09، العدد 01، 2019.

17. نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 3، اللاذقية، 2006.
18. نوريه فلح الجبوري و آخرون، أهمية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الفندقية، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، المجلد الرابع، العدد الأول، جوان 2013.
19. الهادي البكاي، عبد القادر قديد، دراسة وتحليل الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 1990 – 2019، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، 2021.
20. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008.
21. يحي السعيد، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد السادس والثلاثون، بغداد، 2013.

– الملتقيات و المؤتمرات العلمية:

1. اسماعيل بوغازي، لمن تغليسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، – تقييم واستشراف –، جامعة غرداية، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
2. إلهام يحيوي ، بوحديد ليلي، مساهمة الاستثمار السياحي في تطوير مناطق التوسع السياحي، الملتقى الدولي الثاني: الاستثمار السياحي في الجزائر و دوره في تحقيق التنمية المستدامة، 26-27 نوفمبر 2015.
3. حمزة العراقي، إيمان نواره، "التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول "الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول- نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة"، جامعة جيجل، الجزائر 10، 09 نوفمبر 2016.
4. حمزة بعلي، بن جلول خالد، مداخلة بعنوان: الأهمية الاقتصادية للاستثمارات السياحية في الجزائر ودورها في دعم وتحقيق التنوع الاقتصادي، دراسة تحليلية وتقييمية لفترة (2000 – 2016)، المؤتمر الدولي حول السياحة الداخلية والجمعات المحلية: بين حتمية التنوع الاقتصادي وصناعة التميز، يومي 27-28 أفريل 2019، جامعة خنشلة، الجزائر، 2019.
5. الطيب داودي، عبد الحفيظ مسكين "الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل"، مداخلة ضمن الملتقى الدولي "الاستثمار السياحي بالجزائر و دوره في تحقق التنمية المستدامة " المركز الجامعي تيارزة، يومي 26 و 27 نوفمبر 2014.

6. قدور بن نافلة، عاشور مزريق، التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والناجحة على السواء، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09، 10 مارس 2010.
7. منير خروف وآخرون، الاستثمار السياحي في الجزائر بين المقومات والمعوقات، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الرابع حول: الاقتصاد السياحي وتديير المقاولات السياحية يومي 22 و 23 جوان 2018، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، المملكة المغربية.
8. نبيل بوفليح، محمد تقرورت، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال افريقيا-حالة الجزائر، تونس و المغرب"-، مداخلة مقدمة خلال الملتقى الوطني حول: "السياحة في الجزائر-واقع و آفاق-"، بالمركز الجامعي البويرة، 12 ماي 2010 - الجزائر.
9. نبيل ملوك، آمال حابس، مقومات و محفزات الاستثمار السياحي في الجزائر، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول "نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة"، بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 09-10 نوفمبر 2016.
10. نجاه مسمش، فريد عبيد، دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09 و 10 مارس، 2010.
11. يحي سعيدي، سليم العمراوي، قطاع السياحة ورهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة ورهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 24 و 25 أفريل 2012.
- التقارير و المنشورات:
1. إحصائيات السياحة و الصناعة التقليدية سنة 2019، وزارة السياحة والصناعة التقليدية و العمل العائلي، المديرية الفرعية للإحصائيات، جانفي 2020.
2. إحصائيات مديرية تقييم و دعم المشاريع السياحية، وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية، جوان 2016.
3. الجزائر: ذاكرة و مناظر، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة.
4. الجزائر: البلد النور، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة.
5. الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعية التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020.
6. صندوق النقد العربي، نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية، أبو ظبي، 2015.
7. مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي، العوانة، تاسوست، عدوان علي، كازينو، رأس العافية، برج بليدة، دار الواد، بني بلعيد مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية جيجل.

8. مونوغرافيا ولاية جيجل، منشورات مديرية السياحة والصناعة التقليدية، 2019.
9. واحات الجزائر بوابة الصحراء، مطبوعات الديوان الوطني للسياحة
10. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008.
11. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

- النصوص القانونية:

1. القانون رقم 09-16 المتعلق بترقية الاستثمار المؤرخ في 3 أوت 2016، المادة 2، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 46، الصادر بتاريخ 03 أوت 2016.
2. أمر رقم 04-08 مؤرخ في 01 سبتمبر 2008 يحدد شروط وكيفيات منح الامتياز على الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة والموجهة لانجاز مشاريع استثمارية، الجريدة الرسمية، عدد 49، الصادرة في 03 سبتمبر 2008.
3. قانون رقم 09-16 المؤرخ في 3 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، عدد 46، صادرة في 3 أوت 2016. يلغي الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، باستثناء أحكام المواد 6 و 18 و 22 منه. كما يلغي أحكام المادة من القانون رقم 08-13 المؤرخ في 30 ديسمبر 2013 والمتضمن قانون المالية لسنة 2013.
4. المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق ل 11-03-2007، يحدد كيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، جريدة رسمية رقم 17 المؤرخة في 14-03-2007.
5. المرسوم التنفيذي رقم 98-70، المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق ل 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي جريدة رسمية العدد 11 المؤرخة في 01-مارس، 1998.
6. المرسوم التنفيذي رقم 06-385، المؤرخ في 05 شوال 1427 الموافق ل 28 أكتوبر 2006، يحدد كيفيات ممارسة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة حق الشفعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، جريدة الرسمية 70 المؤرخة في 05 نوفمبر 2006.

8. المرسوم التنفيذي رقم 06-325، المؤرخ في 25 شعبان 1427 الموافق ل 18 سبتمبر 2006، يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتجهيبتها، الجريدة الرسمية عدد 58، المؤرخة في 20 سبتمبر 2006.
8. المرسوم التنفيذي رقم 04-421، مؤرخ في 08 ذي القعدة 1425، الموافق ل 20 ديسمبر 2004، يحدد كفاءات الاستشارة المسبقة للإدارات المكلفة بالسياحة والثقافة في مجال منح رخصة البناء داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، الجريدة الرسمية عدد 83 المؤرخة في 26 ديسمبر 2004.
9. المرسوم رقم 232/88، المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409، الموافق ل05 نوفمبر سنة 1988 المتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي، الجريدة الرسمية عدد 51، الصادرة في 14 ديسمبر 1988.
10. من المرسوم التنفيذي رقم 16-203 مؤرخ في 20 شوال 1437 الموافق ل 25 يوليو 2016، يحدد شروط وكفاءات ممارسة نشاطات النقل البحري الحضري والنزهة البحرية، ج ر رقم 44 الصادرة في 27 جويلية 2016.
11. المرسوم التنفيذي 46-2000، مؤرخ في 25 ذي القعدة 1420 الموافق الأول مارس 2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها، ج ر رقم 10، الصادرة في 05 مارس 2000.

ب- باللغة الأجنبية:

- الكتب:

1. Abde Lfettah Bouri , **Gestion Financière** , imprimerie reliure, sfax, 2007.
2. Abdellah Boughaba, **Analyse & Evaluation de Projets**, 2^{ème} Ed, BERTI Editions, Alger, 2005.
3. Abdellah Boughaba, **Analyse et évaluation de projet**, édition Berti, paris, 1998.
4. Amand Dayan, **Manuel de gestion**, volume 2, Edition Fllipses, paris, 1999,
5. Brigitte Doriath, **France de gestion**, Ed, Dunod, paris, 2000.
6. Charles Henri d’Arcimoles, Jean Yvesaulquin, **Finance Appliquée**, Librairie Vuibert, paris, 1995.
7. F.X-Simon, M.Trabelsi, « **Préparer et défendre un projet d’investissement** », Dunod, Paris,2005.
8. Frank Olivier Meye, **évaluation de la rentabilité des projets d’investissement**, édition L’Harmattan, Paris,2007.

9. Georges DEPALLENS et Jean-Pierre JOBARD, **Gestion financière de l'entreprise**, 10^{ème} édition, Sirey, Paris, 1990.
10. GEST Guy et autre, **Manuel de droit fiscal**, 4^{ème} édition, Edition LGDJ, Paris, 1986.
11. Henri-pierre Maders, **Conduire une équipe projet**, 2^{ème} Ed, Edition d'organisation, Paris, 2000.
12. Hervé HUTIN, **Toute la finance d'entreprise en pratique**, 2^{ème} Edition, édition d'organisation, paris, 2003.
13. Jacky Kochl, « **Les choix d'investissement** », Dunod, Paris, 2003
14. Jacob Cohen, **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**, Second Edition, published by Lawrence Erlbaum Associates, USA, 1988.
15. Jean BARREAU & Jacqueline DALAHAYE, **Gestion financière** ; 10^{ème} édition, Donond, paris, 2001.
16. Jean- Mari GAGNON ; Nabil KHOURY, **Traité de gestion financière**, Edition ESKA, Paris, 1981.
17. Juliette Pilverdier Latreyte, **Finance D'entreprise**, édition , Economica, Paris, 2002.
18. Kamel HAMDI, **Analyse des projets et leur financement**, impr Es-alam, Alger, 2000.
19. Michel DE COSTER, François PICHAULT, **Le loisir en 4 dimensions (de la critique des théories à la formation d'une sociologie)**, éditions labo, Bruxelles, 1985.
20. Munsaka, T, **The Importance of Project Feasibility Study**, GRIN Verlag, Munich, Germany, 2003.
21. Nathalie.Taverdet- Popiolek, **Guide du choix d'investissement**, édition d'organisation, France, 2006.
22. Overton, R, **Feasibility Studies Made Simple**, 1st Ed., Martin Books Pty Ltd, U.S.A, 2007.
23. PATRICE Fontaine, **Gestion financière Internationale**, Dalloz, Paris, 1997,
24. Patrice VIZZAVONA, **Gestion financière**, 9^{ème} Edition, BERTI Editions, Alger, 2004.
25. Paul A.Samulson, **les désisions financières de l'entreprise**, Bordas, Paris, 1991.
26. Philip 363ompan, Gay Armstrong, **principles of marketing**, Person printer, new jersey, 2008,
27. Philip 363ompan, **marketing management " Analysais planning, Implémentation and control**, éd prentice hall ,new jersey, 1999.

28. Pierre Cabane, **L'essentiel de la Finance**, Ed d'Organisation, Paris, 2004.
29. Pierre Cosno, Farouk Hemici, **Gestion financière de l'entreprise**, Dunod , paris, 1999, p377.
30. Rensis Likert, **A Technique for the measurement of attitudes**, Archives of psychology, N^o.140, New York University, june 1932.
31. Steven K. Thompson, **Sampling**, Third Edition, Published by John Wiley & Sons, INC, USA, 2012.
32. Terfaya Nassima, « **Apport de la culture marketing dans le developpement touristique-étude comparative au sein des pays du maghreb (Algerie,Maroc,Tunisie)** », édition Houma, Alger, 2008.

– المجلات العلمية:

1. Ankur Joshi et al, **Likert Scale: Explored and Explained**, British Journal of Applied Science & Technology, 2015.
2. Dorel Berceanu, Anca Bandio, **Inflation influence about investment decision**, 2018, [www, oeconomica, uab,ioploo dlucrari 10200 8133,pdf].
3. Mustapha Kamel Nabil and Others, **The role of governance institutions in private investment decision..the case of MENA**, Economic Research Forum (ERF), working paper N; 384, 2008.
4. Ronald A. Nykiel, **Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism**, Haworth Press, New York, U.S.A,2007.
5. Samir grimes, **stratégie de développement du tourisme durable**, rapport cofinancé par le programme life-pays tiers de la commission européenne, agence national de développement du tourisme, alger, 2006.
6. William pride, m.ferrell, **o.c marketing** , Houghton ,niflim 364ompany, U.S.A, 1991.

– التقارير و المنشورات:

1. unwto (2020) **Word tourism barometer**: unwto Volume 18; Issue 7; December 2020.
2. world travel tourism council., **travel tourism economic impact 2019 world**. London SE1 0HR, United Kingdom: world travel tourism council, juin 2021.
3. WTTC, **Travel &Tourism, Economic Impact 2019 world**, London.
4. WTTC, **Travel &Tourism, Economic Impact 2016 world**, London
5. world travel tourism council., **travel tourism economic impact 2019 world**. London SE1 0HR, United Kingdom: world travel tourism council, juin 2021.

6. UNWTO, Faits Saillants OMT du tourisme, édition 2019.
7. UNWTO, International Tourism Highlights, 2019 Edition
8. UNWTO; International Tourism Highlights; 2020 Edition.

– المواقع الإلكترونية:

<https://data.albankaldawli.org>

www.wttc.org/datagetway



الملحق 01: استبيان الدراسة

استبيان الدراسة

السادة المالكين، المديرين، المسؤولين على تنفيذ المشاريع السياحية بولاية جيجل تحية طيبة و بعد:
أحيطكم علما بأنني أقوم بإجراء بحث دكتوراه في العلوم الاقتصادية بعنوان:

مساهمة تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للاستثمار في دعم مشاريع القطاع السياحي

"دراسة حالة قطاع السياحة بولاية جيجل"

و التي تهدف إلى معرفة مدى مساهمة دراسات الجدوى و تقييم المشاريع في اعتماد المشاريع السياحية و دعم تنفيذها على مستوى القطاع السياحي بولاية جيجل.

أمل منكم التكرم بالموافقة على إبداء الرأي في عبارات الإستبيان، و ذلك بوضع علامة (X) أمام الإختيار المناسب بما يتماشى مع آراء سيادتكم. و أحيطكم علما أن الغرض من هذا البحث هو علمي بحث، و أن إجاباتكم لن تستخدم إلا في تحقيق أهداف هذه الدراسة فقط.

إشراف الأستاذ الدكتور:

* لخضر مرغاد

الباحث:

* محمد كعواش

المحور الأول: بيانات خاصة بالمستثمر و المشروع

أولاً: معلومات متعلقة بالمستجوب/المستثمر صاحب المشروع

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- العمر: أقل من 30 سنة من 30 سنة إلى 40 سنة من 40 سنة إلى 50 سنة 50 سنة فما فوق
- 3- المؤهل العلمي: ثانوي أو أقل جامعي دراسات عليا
- 4- طبيعة التخصص :
الإقتصاد و التسيير السياحة الهندسة (مدنية، معمارية، ...) تخصص آخر بدون تخصص
- 4- طبيعة المنصب في المشروع:
مالك مديــــر مستخدم مكلف بالدراسات و المتابعة
- 5- سنوات الخبرة في مجال الإستثمار السياحي:
اقل من 5 سنوات من 5 الى 10 سنوات أكثر من 10 سنوات
- 6- هل لديك خبرة في الإستثمار بمجالات أخرى:
نعم لا
- ثانياً: معلومات متعلقة بالمشروع/ المؤسسة

1- عدد سنوات النشاط/عمر المشروع:

- أقل من 4 سنوات من 5-10 سنوات 10 سنوات فما فوق

2- الشكل القانوني:

- مؤسسة فردية SARL EURL SNC SPA

3- الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع:

- في إطار خاص في إطار APSI في إطار ANSEJ في إطار ANDI

أخرى.....

4- مصادر تمويل المشروع:

- تمويل ذاتي (شخصي) مساعدة (عائلي، أصدقاء) قرض بنكي مساعدة الدولة

مصادر أخرى.....

5- مكان إقامة المشروع:

- منطقة توسع سياحي خارج منطقة التوسع السياحي

6- شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع:

- مشروع جديد توسعة لمشروع قائم إعادة الإنشاء بعد تغيير النشاط

7- نوعية المشروع السياحي:

- نزل فندق إقامة سياحية منازل سياحية مفروشة

المحور الثاني: مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
نظرة المستثمر لأهمية دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية						
01	أرى أنه من الضروري إجراء دراسة جدوى لمشروع الإستثماري					
02	أعتقد أن هذه الدراسة ضرورية للمشروع السياحي و لن ينجح دونها					
03	تبقى هذه الدراسة ضرورية و إن تطلبت وقتا و زيادة في تكاليف المشروع					
04	تكمن الحاجة إلى هذه الدراسة في كون المخاطر التي تواجه الإستثمار في قطاع السياحة عالية و العائد غير مضمون					
05	أركز على هذه الدراسة و استعين بنتائجها في تنفيذ مشروع					
06	دراسة الجدوى و تقييم المشروع بالغة الأهمية في الحصول على التمويل المناسب					
سلوك المستثمر تجاه دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية						
07	أعتمد في اختيار مشروع على التجربة الشخصية و الحدس					
08	أعتمد على التقنيات و الطرق العلمية في تقييم و اختيار المشروع					
09	أفضل تمويل مشروع عن طريق الموارد الذاتية و دون القيام بالدراسة و التقييم					
10	أقوم بدراسة الجدوى و التقييم للإعتماد على التمويل البنكي في تنفيذ المشروع					
11	أقوم بدراسة و تقييم المشروع لأنها ضرورية في ملف الإستثمار المقدم للإعتماد					
12	اخترت الإستثمار في مشروع سياحي للتسهيلات و الحوافز المقدمة من الدولة للإستثمار في هذا القطاع و التي تجعل من المشروع مجديا و مربحا					
معوقات إعداد و استخدام دراسة الجدوى و تقييم المشاريع السياحية						
13	ارتفاع تكاليف الدراسة					
14	عدم توفر البيانات حول الاستثمار السياحي بالدقة و السرعة المطلوبة					
15	عدم وجود مكاتب متخصصة في دراسة و تقييم المشاريع السياحية					
16	غالبا النتائج الفعلية بعد انطلاق المشروع لا علاقة لها بمعطيات و نتائج الدراسة و التقييم					
17	الحساسية التي تميز قطاع السياحة تجعل من دراسة و تقييم المشاريع نسبة					

المحور الثالث: دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
دراسة الجدوى التسويقية						
18	تم القيام بإجراء دراسة تسويقية للمشروع السياحي قبل تنفيذه					
19	تمت الإستعانة بخبراء في التسويق السياحي لإجراء دراسة الجدوى التسويقية					
20	تم القيام بتحليل شامل للسوق و تقييم العرض و الطلب الحالي و المستقبلي					
21	تم التأكد من وجود فجوة بين الطلب و العرض السياحي تستوعب ما يقدمه المشروع					
22	تم جمع المعلومات و تحليل الطلب السياحي بأسلوب كمي إحصائي					
23	تمت دراسة حاجات و رغبات السياح و المؤسسات المنافسة لاحتواء الطلب السياحي و اختيار الشكل المناسب للمشروع					
24	تم الأخذ بعين الإعتبار المفهوم الإجتماعي لتسويق النشاط السياحي					
دراسة الجدوى الفنية (التقنية)						
25	إعطاء الأولوية لموقع المشروع السياحي و المساحة المناسبة له من المسائل المهمة في نجاحه					
26	مدى توفر البنى التحتية في منطقة إقامة المشروع السياحي من العوامل المشجعة على اختيار الموقع و إقامة المشروع					
27	الإعتماد على فنيين و مكاتب هندسة و خبرة في تقدير تكلفة المباني و الملحققات اللازمة لإقامة الشروع السياحي و الإستفادة من التحفيزات المرافقة					
28	ضرورة وجود الترابط و التكامل مع القطاعات الأخرى و على رأسها قطاع النقل					
29	التشابك السياحي و مدى العلاقات الترابطية بين المشروع السياحي المقترح والمشاريع السياحية القائمة والتي من المحتمل أن يعتمد عليها المشروع في الحصول على مجاميع سياحية إضافية					
30	توفر الإمكانيات اللوجستية بما يمكن من احترام الفترة اللازمة لتنفيذ المشروع و التحكم في التكاليف					
دراسة الجدوى القانونية						
31	الإستجابة للتشريعات المنظمة لعملية الإستثمار في قطاع السياحة بشكل عام					
32	التركيز على الإستفادة من مختلف التحفيزات المخصصة للإستثمار في قطاع السياحة					
33	الإستفادة من مختلف المزايا الضريبية و التشغيلية المعدة لتشجيع الإستثمار السياحي					
34	إقامة النشاط في إطار مناطق التوسع السياحي للإستفادة من العقار الموجه للإستثمار السياحي في إطار الإمتياز					
35	اختيار الشكل القانوني للمشروع تم بناء على رغبة ملاكه					

					36	تصنيف المشروع السياحي المستهدف تم بناء على التشريعات المحددة لأشكال التصنيف
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		دراسة الجدوى المالية
					37	يتم الإعتماد بشكل رئيسي على التمويل الذاتي في تمويل مشاريعي بصفة عامة
					38	لا تجد المؤسسة إشكال في توزيع مواردها على أكثر من نشاط أو مشروع
					39	شكل المشروع السياحي و تصنيفه كان إنطلاقا مما هو متوفر من مصادر تمويل
					40	تفضل المؤسسة الإعتماد على مزيج تمويل يضم العديد من المصادر من أجل تمويل مشروعها السياحي
					41	اللجوء إلى التمويل البنكي طويل الأجل ضروري في حالة مشروعنا السياحي لأن مردوديته تتطلب وقتا أطول
					42	الإعتماد على مصادر غير ذاتية للتمويل يخضع أساسا لتكلفتها و درجة المخاطرة في الإعتماد عليها
					43	المفاضلة بين مصادر التمويل المتاحة يكون بناء على حساب متوسط تكلفة التمويل
					44	التركيز على توفير 70% من تكلفة إنجاز المشروع كونها عامل أساسي في إعتماد المشروع و قبول ملفه من الجهات المختصة

المحور الثالث: تقييم الربحية التجارية و الإجتماعية للمشاريع السياحية

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
تقييم الربحية التجارية المشاريع السياحية						
45	تم الإعتماد على معطيات دراسة الجدوى في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع					
46	تم الإعتماد على المحاكاة الخاصة بمكاتب الدراسات في تقدير تكاليف و إيرادات المشروع					
47	تم وضع ميزانية تقديرية عن الإيرادات و التكاليف التشغيلية المتوقعة خلال نشاط المشروع					
48	تم الأخذ بعين الإعتبار حساسية الإيرادات السياحية للعوامل المختلفة (الموسمية...)					
49	تم الأخذ بعين الإعتبار تأثير قيمة النقود عبر الزمن و مستويات التضخم عند تقدير ربحية المشروع					
50	اهتمت عملية التقييم بدرجة المخاطرة المتعلقة بالمستقبل في ظل ظروف مؤكدة و كذلك في حالات عدم التأكد (الأزمة الصحية مثلا)					
51	قبل البدء في تنفيذ المشروع تمت المفاضلة بين عدة معايير خاصة بتقييم المشروعات					
52	أعتمد التقييم بالأساس على الفترة اللازمة لاسترداد رأس المال					
53	تم الإعتماد على معيار صافي القيمة الحالية "van" في تقييم ربحية المشروع التجارية					
54	اعتمدتم في تقييم المشروع على معدل العائد الداخلي للإستثمار TRI للحكم على جدوى تنفيذ المشروع					
55	تم الإعتماد على تحليل الحساسية للمشروع السياحي في تقييمكم					

					تم الإعتماد على خبرة محاسبية في إعداد دراسة حول ربحية المشروع المتوقعة	56
تقييم الربحية الإجتماعية المشاريع السياحية						
					تلقيتهم تسهيلات خاصة للإستثمار في قطاع السياحة نتيجة العناية التي توليها الدولة له	57
					تشتراط الجهات المختصة القيام بدراسة جدوى للمشروع تبرز منفعه على المجتمع قبل الموافقة على الترخيص بإقامة المشروع	58
					هناك إدراك من قبلكم بوجود اختلاف بين تقييم المشروع من وجهة نظركم كمستثمرين و وجهة نظر الدولة و المنافع التي تستهدفها	59
					أعطيتهم بالغ الأهمية في مشروعكم لتقديم إضافة للمجتمع و الإقتصاد المحلي بصفة عامة بتبيان المنافع الإجتماعية له (التشغيل، الرفع من قدرات الإستقبال....)	60
					حصولكم على الترخيص بتنفيذ المشروع كان مشروط بالحد من الآثار السلبية (الأثر البيئي، الأثر الثقافي، النسق العمراني)	61
					القيمة المضافة التي يحققها المشروع السياحي كانت العامل الأساسي في حصولكم على الترخيص	62
					العامل الأساسي في تقدير الربحية الإجتماعية للمشروع الذي اعتمده الجهات المختصة هو حجم التوظيف (ما يوفره من مناصب عمل مباشرة و غير مباشرة)	63
					تراعي الجهات المختصة التوازن بين الأقاليم و تشجيع النشاط السياحي في أقاليم أقل حركية و تمدن في منح التراخيص من أجل تنمية هذه المناطق و فك الخناق على المدن	64
					تراعي الجهات المختصة في الترخيص للمشاريع السياحية تكامل النشاط السياحي مع القطاعات الأخرى بغرض تحفيز النشاط التنموي بصفة عامة	65
					تراعي الجهات المختصة عامل الإستدامة التنموية في الترخيص بتنفيذ المشاريع السياحية (الحفاظ على البيئة، التنوع الطبيعي و البحري، الأراضي الخصبة.....)	66

الملحق 02: القائمة الإسمية للمحكمين

الإسم	اللقب	الصفة	مؤسسة الإنتماء
هشام	بورمة	أستاذ محاضر أ	جامعة جيجل
صورية	بوريدح	أستاذة محاضرة أ	جامعة جيجل
فنيط	سفيان	أستاذ محاضر أ	جامعة جيجل
عبد الحميد	مرغيت	أستاذ محاضر أ	جامعة جيجل

الملحق 03: الصدق البنائي لأداة الدراسة

Corrélations

		ع1	ع2	ع3	ع4	ع5	ع6	نظرة_المستثمر
ع1	Corrélation de Pearson	1	,763**	,642**	,809**	,881**	,833**	,907**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع2	Corrélation de Pearson	,763**	1	,744**	,793**	,727**	,686**	,870**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع3	Corrélation de Pearson	,642**	,744**	1	,694**	,704**	,706**	,839**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع4	Corrélation de Pearson	,809**	,793**	,694**	1	,926**	,870**	,934**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع5	Corrélation de Pearson	,881**	,727**	,704**	,926**	1	,925**	,949**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع6	Corrélation de Pearson	,833**	,686**	,706**	,870**	,925**	1	,923**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
نظرة_المستثمر	Corrélation de Pearson	,907**	,870**	,839**	,934**	,949**	,923**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		ع7	ع8	ع9	ع10	ع11	ع12	سلوك_المستثمر
ع7	Corrélation de Pearson	1	,134	,474**	-,002	,101	-,007	,566**
	Sig. (bilatérale)		,402	,002	,992	,532	,963	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع8	Corrélation de Pearson	,134	1	,042	,482**	,579**	,117	,435**
	Sig. (bilatérale)	,402		,792	,001	,000	,464	,005
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع9	Corrélation de Pearson	,474**	,042	1	,057	,197	,421**	,760**
	Sig. (bilatérale)	,002	,792		,723	,216	,006	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع10	Corrélation de Pearson	-,002	,482**	,057	1	,479**	,400**	,514**
	Sig. (bilatérale)	,992	,001	,723		,002	,010	,001
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع11	Corrélation de Pearson	,101	,579**	,197	,479**	1	,267	,554**
	Sig. (bilatérale)	,532	,000	,216	,002		,091	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع12	Corrélation de Pearson	-,007	,117	,421**	,400**	,267	1	,677**
	Sig. (bilatérale)	,963	,464	,006	,010	,091		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
سلوك_المستثمر	Corrélation de Pearson	,566**	,435**	,760**	,514**	,554**	,677**	1

Sig. (bilatérale)	,000	,005	,000	,001	,000	,000	
N	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		ع13	ع14	ع15	ع16	ع17	المعوقات
ع13	Corrélation de Pearson	1	,568**	,554**	,454**	,514**	,771**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,003	,001	,000
	N	41	41	41	41	41	41
ع14	Corrélation de Pearson	,568**	1	,728**	,721**	,720**	,866**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41
ع15	Corrélation de Pearson	,554**	,728**	1	,752**	,686**	,868**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41
ع16	Corrélation de Pearson	,454**	,721**	,752**	1	,763**	,861**
	Sig. (bilatérale)	,003	,000	,000		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41
ع17	Corrélation de Pearson	,514**	,720**	,686**	,763**	1	,858**
	Sig. (bilatérale)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41
المعوقات	Corrélation de Pearson	,771**	,866**	,868**	,861**	,858**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		ع18	ع19	ع20	ع21	ع22	ع23	ع24	دراسة الجدوي_التسويقية
ع18	Corrélation de Pearson	1	,609**	,566**	,751**	,578**	,757**	,659**	,824**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع19	Corrélation de Pearson	,609**	1	,842**	,610**	,635**	,640**	,587**	,868**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع20	Corrélation de Pearson	,566**	,842**	1	,556**	,746**	,555**	,560**	,856**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع21	Corrélation de Pearson	,751**	,610**	,556**	1	,514**	,646**	,501**	,769**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,001	,000	,001	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع22	Corrélation de Pearson	,578**	,635**	,746**	,514**	1	,540**	,640**	,819**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,001		,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع23	Corrélation de Pearson	,757**	,640**	,555**	,646**	,540**	1	,729**	,831**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
ع24	Corrélation de Pearson	,659**	,587**	,560**	,501**	,640**	,729**	1	,805**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
دراسة الجدوي_التسويقية	Corrélation de Pearson	,824**	,868**	,856**	,769**	,819**	,831**	,805**	1

Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	41	41	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		ع25	ع26	ع27	ع28	ع29	ع30	دراسة_الجدوي_الفنية
ع25	Corrélation de Pearson	1	,462**	,494**	,404**	,168	,320*	,592**
	Sig. (bilatérale)		,002	,001	,009	,294	,041	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع26	Corrélation de Pearson	,462**	1	,778**	,778**	,670**	,710**	,919**
	Sig. (bilatérale)	,002		,000	,000	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع27	Corrélation de Pearson	,494**	,778**	1	,887**	,408**	,565**	,837**
	Sig. (bilatérale)	,001	,000		,000	,008	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع28	Corrélation de Pearson	,404**	,778**	,887**	1	,344*	,565**	,795**
	Sig. (bilatérale)	,009	,000	,000		,028	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع29	Corrélation de Pearson	,168	,670**	,408**	,344*	1	,682**	,750**
	Sig. (bilatérale)	,294	,000	,008	,028		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع30	Corrélation de Pearson	,320*	,710**	,565**	,565**	,682**	1	,826**
	Sig. (bilatérale)	,041	,000	,000	,000	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
دراسة_الجدوي_الفنية	Corrélation de Pearson	,592**	,919**	,837**	,795**	,750**	,826**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		ع31	ع32	ع33	ع34	ع35	ع36	دراسة_الجدوي_القانونية
ع31	Corrélation de Pearson	1	,249	,147	,278	,105	,044	,629**
	Sig. (bilatérale)		,116	,360	,078	,514	,787	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع32	Corrélation de Pearson	,249	1	,324*	,246	-,039	,208	,652**
	Sig. (bilatérale)	,116		,039	,121	,809	,192	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع33	Corrélation de Pearson	,147	,324*	1	,187	-,108	,114	,508**
	Sig. (bilatérale)	,360	,039		,242	,502	,478	,001
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع34	Corrélation de Pearson	,278	,246	,187	1	,114	,063	,582**
	Sig. (bilatérale)	,078	,121	,242		,478	,698	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41
ع35	Corrélation de Pearson	,105	-,039	-,108	,114	1	,073	,331*
	Sig. (bilatérale)	,514	,809	,502	,478		,652	,035
	N	41	41	41	41	41	41	41

	N	41	41	41	41	41	41	41
ع36	Corrélation de Pearson	,044	,208	,114	,063	,073	1	,452**
	Sig. (bilatérale)	,787	,192	,478	,698	,652		,003
	N	41	41	41	41	41	41	41
دراسة_الجدوي_القانونية	Corrélation de Pearson	,629**	,652**	,508**	,582**	,331*	,452**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,001	,000	,035	,003	
	N	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		ع37	ع38	ع39	ع40	ع41	ع42	ع43	ع44	دراسة_الجدوي_المالية
ع37	Corrélation de Pearson	1	,855**	,594**	,195	,024	,255	,543**	,626**	,662**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,221	,882	,108	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع38	Corrélation de Pearson	,855**	1	,572**	,364*	,124	,200	,613**	,605**	,722**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,019	,440	,211	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع39	Corrélation de Pearson	,594**	,572**	1	,487**	,393*	,402**	,694**	,652**	,791**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,001	,011	,009	,000	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع40	Corrélation de Pearson	,195	,364*	,487**	1	,706**	,217	,320*	,297	,690**
	Sig. (bilatérale)	,221	,019	,001		,000	,172	,041	,059	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع41	Corrélation de Pearson	,024	,124	,393*	,706**	1	,670**	,331*	,219	,708**
	Sig. (bilatérale)	,882	,440	,011	,000		,000	,035	,170	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع42	Corrélation de Pearson	,255	,200	,402**	,217	,670**	1	,256	,325*	,639**
	Sig. (bilatérale)	,108	,211	,009	,172	,000		,106	,038	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع43	Corrélation de Pearson	,543**	,613**	,694**	,320*	,331*	,256	1	,543**	,712**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,041	,035	,106		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع44	Corrélation de Pearson	,626**	,605**	,652**	,297	,219	,325*	,543**	1	,683**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,059	,170	,038	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41
دراسة_الجدوي_المالية	Corrélation de Pearson	,662**	,722**	,791**	,690**	,708**	,639**	,712**	,683**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		ع45	ع46	ع47	ع48	ع49	ع50	ع51	ع52	ع53	ع54	ع55	ع56	تقييم_الربحية_ال تجارية
ع45	Corrélation de Pearson	1	,674**	,797**	,748**	,603**	,400**	,512**	,398**	,312*	,191	-,045	,293	,669**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,010	,001	,010	,047	,233	,778	,063	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

ع46	Corrélation de Pearson	,674**	1	,743**	,530**	,442**	,231	,407**	,431**	,193	,099	,118	,339*	,585**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,004	,146	,008	,005	,227	,538	,462	,030	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع47	Corrélation de Pearson	,797**	,743**	1	,526**	,487**	,261	,465**	,517**	,209	,149	,098	,484**	,632**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,001	,099	,002	,001	,190	,353	,543	,001	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع48	Corrélation de Pearson	,748**	,530**	,526**	1	,796**	,599**	,523**	,488**	,491**	,373*	,223	,359*	,774**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,001	,016	,162	,021	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع49	Corrélation de Pearson	,603**	,442**	,487**	,796**	1	,666**	,676**	,389*	,525**	,459**	,295	,261	,799**
	Sig. (bilatérale)	,000	,004	,001	,000		,000	,000	,012	,000	,003	,061	,099	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع50	Corrélation de Pearson	,400**	,231	,261	,599**	,666**	1	,572**	,220	,733**	,603**	,556**	,241	,771**
	Sig. (bilatérale)	,010	,146	,099	,000	,000		,000	,168	,000	,000	,000	,130	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع51	Corrélation de Pearson	,512**	,407**	,465**	,523**	,676**	,572**	1	,472**	,515**	,581**	,321*	,455**	,787**
	Sig. (bilatérale)	,001	,008	,002	,000	,000	,000		,002	,001	,000	,041	,003	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع52	Corrélation de Pearson	,398**	,431**	,517**	,488**	,389*	,220	,472**	1	,372*	,481**	,266	,581**	,613**
	Sig. (bilatérale)	,010	,005	,001	,001	,012	,168	,002		,017	,001	,093	,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع53	Corrélation de Pearson	,312*	,193	,209	,491**	,525**	,733**	,515**	,372*	1	,896**	,715**	,228	,792**
	Sig. (bilatérale)	,047	,227	,190	,001	,000	,000	,001	,017		,000	,000	,152	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع54	Corrélation de Pearson	,191	,099	,149	,373*	,459**	,603**	,581**	,481**	,896**	1	,728**	,308	,749**
	Sig. (bilatérale)	,233	,538	,353	,016	,003	,000	,000	,001	,000		,000	,050	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع55	Corrélation de Pearson	-,045	,118	,098	,223	,295	,556**	,321*	,266	,715**	,728**	1	,498**	,606**
	Sig. (bilatérale)	,778	,462	,543	,162	,061	,000	,041	,093	,000	,000		,001	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع56	Corrélation de Pearson	,293	,339*	,484**	,359*	,261	,241	,455**	,581**	,228	,308	,498**	1	,542**
	Sig. (bilatérale)	,063	,030	,001	,021	,099	,130	,003	,000	,152	,050	,001		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
تقييم الربحية التجارية	Corrélation de Pearson	,669**	,585**	,632**	,774**	,799**	,771**	,787**	,613**	,792**	,749**	,606**	,542**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		ع57	ع58	ع59	ع60	ع61	ع62	ع63	ع64	ع65	ع66	تقييم_الربحية_الإجتماعية
ع57	Corrélacion de Pearson	1	,474**	,158	,133	,303	,417**	,359*	-,066	,024	,033	,612**
	Sig. (bilatérale)		,002	,322	,406	,054	,007	,021	,682	,883	,839	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع58	Corrélacion de Pearson	,474**	1	,169	,188	,347*	,523**	,407**	-,159	-,104	-,011	,565**
	Sig. (bilatérale)	,002		,291	,240	,026	,000	,008	,321	,518	,947	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع59	Corrélacion de Pearson	,158	,169	1	,340*	,279	,121	,154	-,238	,014	-,007	,393*
	Sig. (bilatérale)	,322	,291		,030	,077	,449	,335	,133	,931	,966	,011
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع60	Corrélacion de Pearson	,133	,188	,340*	1	,059	,193	,164	,076	,093	,168	,472**
	Sig. (bilatérale)	,406	,240	,030		,713	,227	,305	,637	,564	,295	,002
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع61	Corrélacion de Pearson	,303	,347*	,279	,059	1	,044	-,016	,017	-,018	,082	,436**
	Sig. (bilatérale)	,054	,026	,077	,713		,784	,919	,916	,909	,611	,004
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع62	Corrélacion de Pearson	,417**	,523**	,121	,193	,044	1	,541**	-,092	-,008	,098	,534**
	Sig. (bilatérale)	,007	,000	,449	,227	,784		,000	,569	,958	,543	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع63	Corrélacion de Pearson	,359*	,407**	,154	,164	-,016	,541**	1	-,097	-,095	-,088	,416**
	Sig. (bilatérale)	,021	,008	,335	,305	,919	,000		,546	,553	,585	,007
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع64	Corrélacion de Pearson	-,066	-,159	-,238	,076	,017	-,092	-,097	1	,832**	,857**	,429**
	Sig. (bilatérale)	,682	,321	,133	,637	,916	,569	,546		,000	,000	,005
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع65	Corrélacion de Pearson	,024	-,104	,014	,093	-,018	-,008	-,095	,832**	1	,851**	,528**
	Sig. (bilatérale)	,883	,518	,931	,564	,909	,958	,553	,000		,000	,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
ع66	Corrélacion de Pearson	,033	-,011	-,007	,168	,082	,098	-,088	,857**	,851**	1	,600**
	Sig. (bilatérale)	,839	,947	,966	,295	,611	,543	,585	,000	,000		,000
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
تقييم_الربحية_الإجتماعية	Corrélacion de Pearson	,612**	,565**	,393*	,472**	,436**	,534**	,416**	,429**	,528**	,600**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,011	,002	,004	,000	,007	,005	,000	,000	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélacion est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		نظرة_المستثمر	سلوك_المستثمر	المعوقات	مستوي_الإقبال_و_الإدراك
نظرة_المستثمر	Corrélacion de Pearson	1	-,097	,451**	,804**
	Sig. (bilatérale)		,548	,003	,000
	N	41	41	41	41
سلوك_المستثمر	Corrélacion de Pearson	-,097	1	-,016	,330*
	Sig. (bilatérale)	,548		,920	,035
	N	41	41	41	41
المعوقات	Corrélacion de Pearson	,451**	-,016	1	,758**

	Sig. (bilatérale)	,003	,920		,000
	N	41	41	41	41
مستوي الإقبال والإدراك	Corrélation de Pearson	,804**	,330*	,758**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,035	,000	
	N	41	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		دراسة الجدوي التسويقية	دراسة الجدوي الفنية	دراسة الجدوي القانونية	دراسة الجدوي المالية	الجدوي التفصيلية
دراسة الجدوي التسويقية	Corrélation de Pearson	1	,333*	,257	,265	,862**
	Sig. (bilatérale)		,034	,105	,094	,000
	N	41	41	41	41	41
دراسة الجدوي الفنية	Corrélation de Pearson	,333*	1	-,197	-,093	,358*
	Sig. (bilatérale)	,034		,218	,564	,022
	N	41	41	41	41	41
دراسة الجدوي القانونية	Corrélation de Pearson	,257	-,197	1	,075	,402**
	Sig. (bilatérale)	,105	,218		,642	,009
	N	41	41	41	41	41
دراسة الجدوي المالية	Corrélation de Pearson	,265	-,093	,075	1	,626**
	Sig. (bilatérale)	,094	,564	,642		,000
	N	41	41	41	41	41
الجدوي التفصيلية	Corrélation de Pearson	,862**	,358*	,402**	,626**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,022	,009	,000	
	N	41	41	41	41	41

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		تقييم الربحية التجارية	تقييم الربحية الإجتماعية	تقييم الربحية
تقييم الربحية التجارية	Corrélation de Pearson	1	,292	,860**
	Sig. (bilatérale)		,064	,000
	N	41	41	41
تقييم الربحية الإجتماعية	Corrélation de Pearson	,292	1	,740**
	Sig. (bilatérale)	,064		,000
	N	41	41	41
تقييم الربحية	Corrélation de Pearson	,860**	,740**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	41	41	41

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق 04: ثبات أداة الدراسة

محور: مستوى الإقبال و الإدراك لأهمية
دراسات الجدوى و تقييم المشاريع السياحية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,820	17

محور: دراسة الجدوى التفصيلية للمشاريع السياحية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,832	27

محور: تقييم الربحية التجارية و الاجتماعية للمشاريع السياحية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,835	22

محور الاستبانة ككل

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,903	66

الملحق (05): الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة و خصائص المشروع

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	37	90,2	90,2	90,2
	أنثي	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		العمر			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 40 إلى سنة 30 من	12	29,3	29,3	29,3
	سنة 50 إلى سنة 40 من	13	31,7	31,7	61,0
	فوق فما سنة 50	16	39,0	39,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		المؤهل العلمي			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل أو ثانوي	12	29,3	29,3	29,3
	جامعي	26	63,4	63,4	92,7
	عليا دراسات	3	7,3	7,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		طبيعة التخصص			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التسيير و الإقتصاد	8	19,5	19,5	19,5
	السياحة	4	9,8	9,8	29,3
	(...معمارية، مدنية، الهندسة)	7	17,1	17,1	46,3
	آخر تخصص	20	48,8	48,8	95,1
	تخصص بدون	2	4,9	4,9	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		طبيعة المنصب في المشروع			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مالك	16	39,0	39,0	39,0
	مدير	7	17,1	17,1	56,1
	مستخدم	11	26,8	26,8	82,9
	المتابعة و بالدراسات مكلف	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

سنوات الخبرة في مجال الإستثمار السياحي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	8	19,5	19,5	19,5
	سنوات 10 إلي 5 من	17	41,5	41,5	61,0
	سنوات 10 من أكثر	16	39,0	39,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

هل لديك خبرة في الإستثمار بمجالات أخرى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	29	70,7	70,7	70,7
	لا	12	29,3	29,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

عدد سنوات النشاط /عمر المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 4 من أقل	12	29,3	29,3	29,3
	سنوات 5-10 من	20	48,8	48,8	78,0
	فوق فما سنوات10	9	22,0	22,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

الشكل القانوني

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فردية مؤسسة	16	39,0	39,0	39,0
	SARL	9	22,0	22,0	61,0
	EURL	3	7,3	7,3	68,3
	SNC	12	29,3	29,3	97,6
	SPA	1	2,4	2,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

الإطار الذي تم فيه اعتماد المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	خاص إطار في	36	87,8	87,8	87,8
	إطار في APSI	1	2,4	2,4	90,2
	إطار في ANDI	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

مصادر تمويل المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	شخصي ذاتي تمويل	31	75,6	75,6	75,6
	أصدقاء عائلي، مساعدة	4	9,8	9,8	85,4
	بنكي قرض	6	14,6	14,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

مكان إقامة المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سياحي توسع منطقة	26	63,4	63,4	63,4
	السياحي التوسع منطقة خارج	15	36,6	36,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

شكل الإستثمار الذي يأخذه المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جديد مشروع	34	82,9	82,9	82,9
	قائم لمشروع توسعة	5	12,2	12,2	95,1
	النشاط تغيير بعد الإنشاء إعادة	2	4,9	4,9	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

نوعية المشروع السياحي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نزل	4	9,8	9,8	9,8
	فندق	13	31,7	31,7	41,5
	سياحية إقامة	9	22,0	22,0	63,4
	مفروشة سياحية منازل	15	36,6	36,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

الملحق 06: التكرارات و النسب المئوية الخاصة بعبارات محاور الدراسة

ع1

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق	25	61,0	61,0	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع2

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	5	12,2	12,2	12,2
	محايد	2	4,9	4,9	17,1
	موافق	22	53,7	53,7	70,7
	بشدة موافق	12	29,3	29,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع3

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	10	24,4	24,4	24,4
	محايد	1	2,4	2,4	26,8
	موافق	18	43,9	43,9	70,7
	بشدة موافق	12	29,3	29,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع4

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	9,8	9,8	9,8
	محايد	2	4,9	4,9	14,6
	موافق	21	51,2	51,2	65,9
	بشدة موافق	14	34,1	34,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع5

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	3	7,3	7,3	9,8
	محايد	1	2,4	2,4	12,2
	موافق	23	56,1	56,1	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع6

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	2	4,9	4,9	7,3
	محايد	1	2,4	2,4	9,8
	موافق	20	48,8	48,8	58,5
	بشدة موافق	17	41,5	41,5	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع7

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق غير	11	26,8	26,8	34,1
	موافق	24	58,5	58,5	92,7
	بشدة موافق	3	7,3	7,3	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع8

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	32	78,0	78,0	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع9

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	5	12,2	12,2	12,2
	موافق غير	9	22,0	22,0	34,1
	موافق	23	56,1	56,1	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع10

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	محايد	1	2,4	2,4	9,8
	موافق	33	80,5	80,5	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع11

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	4,9	4,9	4,9
	موافق	34	82,9	82,9	87,8
	بشدة موافق	5	12,2	12,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع12

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	6	14,6	14,6	14,6
	موافق غير	5	12,2	12,2	26,8
	محايد	3	7,3	7,3	34,1
	موافق	23	56,1	56,1	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع13

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق غير	8	19,5	19,5	26,8
	موافق	19	46,3	46,3	73,2
	بشدة موافق	11	26,8	26,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع14

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق	25	61,0	61,0	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع15

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	9,8	9,8	9,8
	محايد	1	2,4	2,4	12,2
	موافق	23	56,1	56,1	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع16

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	5	12,2	12,2	14,6
	محايد	2	4,9	4,9	19,5
	موافق	22	53,7	53,7	73,2
	بشدة موافق	11	26,8	26,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع17

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	9,8	9,8	9,8
	محايد	2	4,9	4,9	14,6
	موافق	22	53,7	53,7	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع18

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق	31	75,6	75,6	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع19

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	10	24,4	24,4	26,8
	موافق	21	51,2	51,2	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع20

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	10	24,4	24,4	26,8
	محايد	3	7,3	7,3	34,1
	موافق	20	48,8	48,8	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع21

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	2	4,9	4,9	7,3
	موافق	28	68,3	68,3	75,6
	بشدة موافق	10	24,4	24,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع22

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	12	29,3	29,3	29,3
	محايد	3	7,3	7,3	36,6
	موافق	19	46,3	46,3	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع23

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	2	4,9	4,9	4,9
	موافق غير	3	7,3	7,3	12,2
	محايد	3	7,3	7,3	19,5
	موافق	24	58,5	58,5	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع24

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	3	7,3	7,3	9,8
	محايد	7	17,1	17,1	26,8
	موافق	21	51,2	51,2	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع25

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	27	65,9	65,9	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع26

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	32	78,0	78,0	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع27

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	28	68,3	68,3	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع28

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	28	68,3	68,3	68,3
	بشدة موافق	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع29

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	محايد	5	12,2	12,2	19,5
	موافق	23	56,1	56,1	75,6
	بشدة موافق	10	24,4	24,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع30

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	3	7,3	7,3	7,3
	موافق	28	68,3	68,3	75,6
	بشدة موافق	10	24,4	24,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع31

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	2	4,9	4,9	4,9
	موافق غير	12	29,3	29,3	34,1
	محايد	10	24,4	24,4	58,5
	موافق	16	39,0	39,0	97,6
	بشدة موافق	1	2,4	2,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع32

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	14	34,1	34,1	36,6
	محايد	11	26,8	26,8	63,4
	موافق	15	36,6	36,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع33

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	16	39,0	39,0	39,0
	محايد	17	41,5	41,5	80,5
	موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع34

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	17	41,5	41,5	41,5
	محايد	16	39,0	39,0	80,5
	موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع35

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	12	29,3	29,3	29,3
	محايد	19	46,3	46,3	75,6
	موافق	10	24,4	24,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع36

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	15	36,6	36,6	36,6
	محايد	19	46,3	46,3	82,9
	موافق	6	14,6	14,6	97,6
	بشدة موافق	1	2,4	2,4	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع37

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	6	14,6	14,6	14,6
	موافق	28	68,3	68,3	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع38

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	6	14,6	14,6	14,6
	موافق	27	65,9	65,9	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع39

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	33	80,5	80,5	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع40

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	6	14,6	14,6	17,1
	محايد	2	4,9	4,9	22,0
	موافق	24	58,5	58,5	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع41

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	2	4,9	4,9	4,9
	موافق غير	13	31,7	31,7	36,6
	محايد	1	2,4	2,4	39,0
	موافق	16	39,0	39,0	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع42

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	5	12,2	12,2	14,6
	محايد	5	12,2	12,2	26,8
	موافق	23	56,1	56,1	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع43

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	محايد	3	7,3	7,3	14,6
	موافق	29	70,7	70,7	85,4
	بشدة موافق	6	14,6	14,6	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع44

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	31	75,6	75,6	78,0
	بشدة موافق	9	22,0	22,0	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع45

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	موافق	32	78,0	78,0	85,4
	بشدة موافق	6	14,6	14,6	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع46

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	9,8	9,8	9,8
	موافق	29	70,7	70,7	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع47

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	4,9	4,9	4,9
	موافق	32	78,0	78,0	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع48

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	محايد	3	7,3	7,3	9,8
	موافق	32	78,0	78,0	87,8
	بشدة موافق	5	12,2	12,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع49

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	9,8	9,8	9,8
	محايد	5	12,2	12,2	22,0
	موافق	26	63,4	63,4	85,4
	بشدة موافق	6	14,6	14,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع50

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	6	14,6	14,6	14,6
	محايد	9	22,0	22,0	36,6
	موافق	23	56,1	56,1	92,7
	بشدة موافق	3	7,3	7,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع51

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	4	9,8	9,8	12,2
	محايد	5	12,2	12,2	24,4
	موافق	27	65,9	65,9	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع52

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	35	85,4	85,4	87,8
	بشدة موافق	5	12,2	12,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع54

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	7	17,1	17,1	19,5
	محايد	8	19,5	19,5	39,0
	موافق	21	51,2	51,2	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع55

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	5	12,2	12,2	12,2
	محايد	7	17,1	17,1	29,3
	موافق	25	61,0	61,0	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع56

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	34	82,9	82,9	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع57

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	9	22,0	22,0	22,0
	موافق غير	20	48,8	48,8	70,7
	محايد	1	2,4	2,4	73,2
	موافق	7	17,1	17,1	90,2
	بشدة موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع58

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق غير	4	9,8	9,8	12,2
	محايد	4	9,8	9,8	22,0
	موافق	24	58,5	58,5	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع59

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	9	22,0	22,0	22,0
	موافق غير	23	56,1	56,1	78,0
	محايد	6	14,6	14,6	92,7
	موافق	2	4,9	4,9	97,6
	بشدة موافق	1	2,4	2,4	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع60

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	10	24,4	24,4	24,4
	موافق غير	23	56,1	56,1	80,5
	محايد	5	12,2	12,2	92,7
	موافق	2	4,9	4,9	97,6
	بشدة موافق	1	2,4	2,4	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع61

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	9	22,0	22,0	22,0
	موافق غير	24	58,5	58,5	80,5
	محايد	5	12,2	12,2	92,7
	موافق	2	4,9	4,9	97,6
	بشدة موافق	1	2,4	2,4	100,0
Total		41	100,0	100,0	

ع62

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	7,3	7,3	7,3
	محايد	3	7,3	7,3	14,6
	موافق	28	68,3	68,3	82,9
	بشدة موافق	7	17,1	17,1	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع63

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	2,4	2,4	2,4
	موافق	32	78,0	78,0	80,5
	بشدة موافق	8	19,5	19,5	100,0
	Total		41	100,0	100,0

ع64

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	16	39,0	39,0	39,0
	موافق غير	19	46,3	46,3	85,4
	محايد	3	7,3	7,3	92,7
	موافق	3	7,3	7,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع65

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	17	41,5	41,5	41,5
	موافق غير	17	41,5	41,5	82,9
	محايد	2	4,9	4,9	87,8
	موافق	5	12,2	12,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

ع66

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	17	41,5	41,5	41,5
	موافق غير	19	46,3	46,3	87,8
	محايد	1	2,4	2,4	90,2
	موافق	4	9,8	9,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

الملحق 07: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات و أجزاء و محاور الدراسة

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع1	41	1,00	5,00	4,0976	,99511
ع2	41	2,00	5,00	4,0000	,92195
ع3	41	2,00	5,00	3,7805	1,12943
ع4	41	2,00	5,00	4,0976	,88896
ع5	41	1,00	5,00	4,0732	,93248
ع6	41	1,00	5,00	4,2195	,90863
المستثمر_نظرة	41	1,50	5,00	4,0447	,86765
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع7	41	1,00	5,00	3,3171	1,17130
ع8	41	3,00	5,00	4,1707	,44173
ع9	41	1,00	5,00	3,2927	1,26972
ع10	41	2,00	5,00	3,9268	,64770
ع11	41	2,00	5,00	4,0244	,56955
ع12	41	1,00	5,00	3,3415	1,25717
المستثمر_سلوك	41	2,17	5,00	3,6789	,55326
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع13	41	1,00	5,00	3,6585	1,27691
ع14	41	2,00	5,00	4,1707	,77144
ع15	41	2,00	5,00	4,0976	,86037
ع16	41	1,00	5,00	3,9024	1,01992
ع17	41	2,00	5,00	4,0732	,87722
المعوقات	41	1,80	5,00	3,9805	,80598
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع18	41	2,00	5,00	4,0244	,68876
ع19	41	1,00	5,00	3,6585	1,15347
ع20	41	1,00	5,00	3,5366	1,12021
ع21	41	1,00	5,00	4,0732	,81824
ع22	41	2,00	5,00	3,5122	1,09822
ع23	41	1,00	5,00	3,8537	1,01393
ع24	41	1,00	5,00	3,8293	,94611
التسويقية_الجدوي_دراسة	41	1,57	5,00	3,7840	,80883
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع25	41	2,00	5,00	4,2683	,59264
ع26	41	4,00	5,00	4,2195	,41906
ع27	41	4,00	5,00	4,3171	,47112
ع28	41	4,00	5,00	4,3171	,47112
ع29	41	2,00	5,00	3,9756	,82121
ع30	41	3,00	5,00	4,1707	,54325
الفنية_الجدوي_دراسة	41	3,67	5,00	4,2114	,42821
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع31	41	1,00	5,00	3,0488	,99878
ع32	41	1,00	4,00	2,9756	,90796
ع33	41	2,00	4,00	2,8049	,74898
ع34	41	2,00	4,00	2,7805	,75869
ع35	41	2,00	4,00	2,9512	,73997
ع36	41	2,00	5,00	2,8293	,77144
القانونية_الجدوي_دراسة	41	2,00	3,83	2,8984	,43919
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع37	41	2,00	5,00	3,8780	,87164
ع38	41	2,00	5,00	3,9024	,88896
ع39	41	3,00	5,00	4,1463	,42196
ع40	41	1,00	5,00	3,7805	1,01272
ع41	41	1,00	5,00	3,4146	1,28405
ع42	41	1,00	5,00	3,7317	,97530
ع43	41	2,00	5,00	3,9268	,72077
ع44	41	2,00	5,00	4,1707	,54325
المالية_الجدوي_دراسة	41	2,88	5,00	3,8689	,58360
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع45	41	2,00	5,00	4,0000	,67082
ع46	41	2,00	5,00	4,0000	,77460
ع47	41	2,00	5,00	4,0732	,60788
ع48	41	2,00	5,00	4,0000	,54772
ع49	41	2,00	5,00	3,8293	,80319
ع50	41	2,00	5,00	3,5610	,83812
ع51	41	1,00	5,00	3,7073	,87304
ع52	41	3,00	5,00	4,0976	,37449
ع53	41	2,00	5,00	3,5854	,83593
ع54	41	1,00	5,00	3,4878	,97780
ع55	41	2,00	5,00	3,6829	,81973
ع56	41	4,00	5,00	4,1707	,38095
التجارية_الربحية_تقييم	41	2,75	5,00	3,8496	,50112
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ع57	41	1,00	5,00	2,4390	1,28547
ع58	41	1,00	5,00	3,8293	,94611
ع59	41	1,00	5,00	2,0976	,88896
ع60	41	1,00	5,00	2,0488	,89306
ع61	41	1,00	5,00	2,0732	,87722
ع62	41	2,00	5,00	3,9512	,73997
ع63	41	1,00	5,00	4,1220	,64012
ع64	41	1,00	4,00	1,8293	,86320
ع65	41	1,00	4,00	1,8780	,97967
ع66	41	1,00	4,00	1,8049	,90054
الإجتماعية الربحية_تقييم	41	1,70	3,70	2,6073	,45628
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
المستثمر_نظرة	41	1,50	5,00	4,0447	,86765
المستثمر_سلوك	41	2,17	5,00	3,6789	,55326
المعوقات	41	1,80	5,00	3,9805	,80598
الإدراك_و_الإقبال_مستوي	41	2,47	4,65	3,8967	,49035
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
التسويقية_الجدوي_دراسة	41	1,57	5,00	3,7840	,80883
الفنية_الجدوي_دراسة	41	3,67	5,00	4,2114	,42821
القانونية_الجدوي_دراسة	41	2,00	3,83	2,8984	,43919
المالية_الجدوي_دراسة	41	2,88	5,00	3,8689	,58360
التفصيلية_الجدوي	41	2,81	4,41	3,7073	,36230
N valide (liste)	41				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
التجارية_الربحية_تقييم	41	2,75	5,00	3,8496	,50112
الإجتماعية_الربحية_تقييم	41	1,70	3,70	2,6073	,45628
الربحية_تقييم	41	2,45	4,09	3,2849	,38837
N valide (liste)	41				

الملحق 08: اختبار التوزيع الطبيعي بواسطة معاملات الالتواء والتفرطح

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Skewness	Erreur	Kurtosis	Erreur
	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	standard	Statistiques	standard
نظرة_المستثمر	41	1,50	5,00	4,0447	,86765	-1,184	,369	1,730	,724
سلوك_المستثمر	41	2,17	5,00	3,6789	,55326	,165	,369	,929	,724
المعوقات	41	1,80	5,00	3,9805	,80598	-,887	,369	1,152	,724
دراسة_الجدوي_التسويقية	41	1,57	5,00	3,7840	,80883	-,411	,369	,245	,724
دراسة_الجدوي_الفنية	41	3,67	5,00	4,2114	,42821	1,025	,369	-,395	,724
دراسة_الجدوي_القانونية	41	2,00	3,83	2,8984	,43919	,406	,369	-,328	,724
دراسة_الجدوي_المالية	41	2,88	5,00	3,8689	,58360	,699	,369	-,101	,724
تقييم_الربحية_التجارية	41	2,75	5,00	3,8496	,50112	,136	,369	,926	,724
تقييم_الربحية_الإجتماعية	41	1,70	3,70	2,6073	,45628	,324	,369	,233	,724
مستوي_الإقبال_و_الإدراك	41	2,47	4,65	3,8967	,49035	-1,152	,369	1,609	,724
الجدوي_التفصيلية	41	2,81	4,41	3,7073	,36230	-,167	,369	-,112	,724
تقييم_الربحية	41	2,45	4,09	3,2849	,38837	-,547	,369	,213	,724
الدرجة_الكلية_للمحاور	41	2,85	4,21	3,6153	,32091	-,461	,369	-,328	,724
N valide (liste)	41								

الملحق 09: نتائج اختبار t لعينة واحدة *One Sample T-Test*

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المستثمر_نظرة	29,849	40	,000	4,04472	3,7709	4,3186

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المستثمر_سلوك	42,577	40	,000	3,67886	3,5042	3,8535

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المعوقات	31,623	40	,000	3,98049	3,7261	4,2349

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الإدراك_و_الإقبال_مستوى	50,884	40	,000	3,89670	3,7419	4,0515

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
التسويقية_الجدوي_دراسة	29,956	40	,000	3,78397	3,5287	4,0393

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الفنية_الجدوي_دراسة	62,973	40	,000	4,21138	4,0762	4,3465

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
القانونية_الجدوي_دراسة	42,257	40	,000	2,89837	2,7597	3,0370

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المالية_الجدوي_دراسة	42,449	40	,000	3,86890	3,6847	4,0531

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
التفصيلية_الجدوي	65,521	40	,000	3,70732	3,5930	3,8217

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
التجارية_الربحية_تقييم	49,189	40	,000	3,84959	3,6914	4,0078

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الإجتماعية_الربحية_تقييم	36,589	40	,000	2,60732	2,4633	2,7513

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الربحية_تقييم	54,160	40	,000	3,28492	3,1623	3,4075

الملحق 10: اختبار t للفروق بين متوسطي عينتين مستقلتين *T-Test for independent samples*

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
الإدراك و الإقبال_مستوي	Hypothèse de variances égales	,306	,583	-,692	39	,493	-,17965	,25979	-,70512	,34582
	Hypothèse de variances inégales			-,588	3,452	,593	-,17965	,30566	-1,08420	,72490
التفصيلية_الجدوي	Hypothèse de variances égales	,001	,973	-1,567	39	,125	-,29354	,18731	-,67242	,08533
	Hypothèse de variances inégales			-1,480	3,588	,221	-,29354	,19840	-,87025	,28316
الربحية_تقييم	Hypothèse de variances égales	,532	,470	-1,497	39	,143	-,30129	,20131	-,70849	,10591
	Hypothèse de variances inégales			-1,282	3,461	,279	-,30129	,23507	-,99610	,39352

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
الإدراك و الإقبال_مستوي	Hypothèse de variances égales	1,134	,294	2,051	39	,047	,33215	,16194	,00459	,65971
	Hypothèse de variances inégales			1,835	16,605	,085	,33215	,18106	-,05054	,71484
التفصيلية_الجدوي	Hypothèse de variances égales	,702	,407	,006	39	,995	,00074	,12594	-,25400	,25549
	Hypothèse de variances inégales			,007	27,564	,995	,00074	,11140	-,22760	,22909
الربحية_تقييم	Hypothèse de variances égales	,098	,756	,647	39	,522	,08686	,13428	-,18476	,35848
	Hypothèse de variances inégales			,622	18,964	,542	,08686	,13974	-,20566	,37938

الملحق 11: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي *One Way Anova*

		ANOVA				
		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الإدراك و الإقبال_مستوي	Intergruppes	1,538	2	,769	3,618	,036
	Intragruppes	8,079	38	,213		
	Total	9,618	40			
التفصيلية_الجدوي	Intergruppes	,543	2	,271	2,189	,126
	Intragruppes	4,708	38	,124		
	Total	5,250	40			
الربحية_تقييم	Intergruppes	,227	2	,114	,744	,482
	Intragruppes	5,806	38	,153		
	Total	6,033	40			

		ANOVA				
		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الإدراك و الإقبال_مستوي	Intergruppes	,657	2	,328	1,393	,261
	Intragruppes	8,961	38	,236		
	Total	9,618	40			
التفصيلية_الجدوي	Intergruppes	,684	2	,342	2,845	,071
	Intragruppes	4,567	38	,120		
	Total	5,250	40			
الربحية_تقييم	Intergruppes	,096	2	,048	,309	,736
	Intragruppes	5,937	38	,156		
	Total	6,033	40			

		ANOVA				
		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الإدراك و الإقبال_مستوي	Intergruppes	,415	4	,104	,405	,803
	Intragruppes	9,203	36	,256		
	Total	9,618	40			
التفصيلية_الجدوي	Intergruppes	,523	4	,131	,996	,423
	Intragruppes	4,728	36	,131		
	Total	5,250	40			
الربحية_تقييم	Intergruppes	1,035	4	,259	1,864	,138
	Intragruppes	4,998	36	,139		
	Total	6,033	40			

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الإدراك_و_الإقبال_مستوي	Intergruppes	1,119	3	,373	1,625	,200
	Intragruppes	8,498	37	,230		
	Total	9,618	40			
التفصيلية_الجدوي	Intergruppes	,819	3	,273	2,278	,096
	Intragruppes	4,432	37	,120		
	Total	5,250	40			
الربحية_تقييم	Intergruppes	,824	3	,275	1,950	,139
	Intragruppes	5,210	37	,141		
	Total	6,033	40			

ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
الإدراك_و_الإقبال_مستوي	Intergruppes	,411	2	,205	,848	,436
	Intragruppes	9,207	38	,242		
	Total	9,618	40			
التفصيلية_الجدوي	Intergruppes	,279	2	,140	1,067	,354
	Intragruppes	4,971	38	,131		
	Total	5,250	40			
الربحية_تقييم	Intergruppes	,314	2	,157	1,045	,362
	Intragruppes	5,719	38	,150		
	Total	6,033	40			