

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
فرع علوم مالية
تخصص مالية المؤسسات
الموضوع:

دور البنوك في تمويل القطاع السياحي
دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة -

تحت إشراف:
د: بوعزيز ناصر

من إعداد الطالبات:
- مصباح نجاة
- دواخة بسمة

السنة الجامعية: 2012-2013

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الدعاء

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

أ-د المقدمة العامة

الفصل الأول إطار مفاهيمي حول السياحة والمنشآت السياحية

02 مقدمة الفصل

03 المبحث الأول: مقاربات مفاهيمية حول السياحة

03 المطلب الأول: مفهوم السياحة وأهم خصائصها

03 1- مفهوم السياحة

04 2- خصائص السياحة

05 المطلب الثاني: أسس السياحة وأنواعها

05 1- أسس السياحة

11 2- أنواع السياحة

13 المطلب الثالث: أهمية السياحة والعوامل المؤثرة فيها

13 1- أهمية السياحة

14 2- العوامل المؤثرة في السياحة

16 المبحث الثاني: المنشآت السياحية، المفهوم والأنواع

16 المطلب الأول: مفهوم المنشآت السياحية

16 المطلب الثاني: أنواع المنشآت السياحية

16 1- الفنادق

18 2- المرشدون السياحيون

19	3- المكاتب السياحية.....
20	4- المطعم السياحي.....
21	5- شركات الطيران.....
23	المبحث الثالث: الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي.....
23	المطلب الأول: استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التقنيات التكنولوجية.....
23	1- استقطاب رؤوس الأموال.....
23	2- نقل التقنيات التكنولوجية.....
24	المطلب الثاني: فرص العمل وتكوين علاقات بين القطاعات الاقتصادية.....
24	1- توفير فرص العمل.....
26	2- تكوين علاقات بين القطاعات الاقتصادية.....
28	المطلب الثالث: تحسين في ميزان المدفوعات وزيادة الناتج القومي.....
28	1- تحسين في ميزان المدفوعات.....
30	2- زيادة الناتج القومي.....
32	خاتمة الفصل.....
	الفصل الثاني: البنوك كأداة تمويلية للقطاع السياحي
34	مقدمة الفصل.....
35	المبحث الأول: ماهية البنوك.....
35	المطلب الأول: مفهوم البنوك.....
36	المطلب الثاني: أهمية وأهداف البنك.....
36	1- أهمية البنوك.....
37	2- أهداف البنوك.....
38	المطلب الثالث: أنواع البنوك، خصائصها و وظائفها.....
38	1- أنواع البنوك.....
39	2- خصائص البنوك.....
41	3- وظائف البنوك.....

43	المبحث الثاني: إطار مفاهيمي حول التمويل.....
43	المطلب الأول: تعريف التمويل و أشكاله
43	1- تعريف التمويل.....
44	2- أشكال التمويل.....
45	المطلب الثاني: أدوات ومصادر التمويل.....
45	1- أدوات التمويل:.....
47	2- مصادر التمويل:.....
50	المطلب الثالث: مخاطر التمويل وطرق تفاديها.....
50	1- مخاطر التمويل.....
50	2- طرق تفادي المخاطر.....
52	المبحث الثالث: تمويل المشاريع السياحية.....
52	المطلب الأول: مصادر تمويل المشاريع السياحية.....
52	1- مصادر التمويل الذاتية والعائلية.....
52	2- التمويل من البنوك التجارية.....
53	3- الاستئجار.....
54	4- تدخل البنوك الإسلامية في مجال السياحة.....
54	المطلب الثاني: سياسات منح القروض للمشاريع السياحية.....
54	1- أهمية طلب القرض وتحليله:.....
55	2- العوامل المحددة لحجم القروض السياحية.....
56	3- أسس منح القروض للمشاريع السياحية
57	4- الأسس التي يتحدد بموجبها حجم القرض.....
58	المطلب الثالث: الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية.....
58	1- تعريف الجدوى الاقتصادية.....
59	2- أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية.....
60	3- أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية.....

64 خاتمة الفصل
	الفصل الثالث : دراسة واقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري -وكالة قالمة- في تمويل المشاريع السياحية
66 مقدمة الفصل
67 المبحث الأول: واقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر
67 المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري
67 1- الإيرادات السياحية
68 2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي
69 3- ميزان السياحة في الجزائر
70 4- السياحة والتشغيل في الجزائر
71 المطلب الثاني: نقائص القطاع السياحي في الجزائر
73 المطلب الثالث: تدابير دعم القطاع السياحي في الجزائر
73 1- تبني إستراتيجية لتنمية السياحة حتى عام 2015
73 2- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025
81 المبحث الثاني: وضعية السياحة في ولاية قالمة
81 المطلب الأول: إمكانيات السياحة في ولاية قالمة
81 1- الإمكانيات السياحية لولاية قالمة
83 2- مشاكل القطاع السياحي بولاية قالمة
84 المطلب الثاني: دور القطاع السياحي في التنمية بالولاية
84 1- الهياكل السياحية
88 2- السياح الوافدين الى ولاية قالمة
89 3- الإيرادات السياحية لولاية قالمة
90 المطلب الثالث: سبل تطوير وترقية القطاع السياحي بالولاية
90 1- الاستثمار السياحي في ولاية قالمة
92 2- مخطط لدعم النمو الاقتصادي لسنة 2010-2014
92 3- اتفاقيات تمويل مبرمة بين وزارة السياحة والبنوك

94	المبحث الثالث: تقييم تجربة القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-في تمويل المشاريع السياحية..
94	المطلب الأول: تقديم القرض الشعبي الجزائري.....
94	1- تعريف القرض الشعبي الجزائري.....
94	2- نشأة القرض الشعبي الجزائري.....
95	3- الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري.....
96	4- وظائف القرض الشعبي الجزائري.....
97	5- أهداف القرض الشعبي الجزائري.....
97	المطلب الثاني: تقديم القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة -
97	1- تعريف لوكالة القرض الشعبي الجزائري - قالمة-.....
97	2- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري- قالمة-.....
99	3- مراحل منح وتسيير القروض على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-.....
102	المطلب الثالث: مساهمة القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-في تمويل المشاريع السياحية خلال الفترة 1990_2012.....
102	1- تطور حجم الملفات خلال الفترة 1990-2012.....
104	2- نوع المشاريع السياحية الممولة و غير الممولة من طرف البنك خلال الفترة 1990-2012 ...
105	3- تطور حجم الملفات في قطاع السياحة مقارنة بالقطاعات الأخرى خلال الفترة 2005- 2012.
107	خاتمة الفصل الثالث
109	الخاتمة العامة
	قائمة المراجع
	الملخص

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	اسم الجدول	الرقم
29	الميزان السياحي	1
68	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة 1990-2008	2
69	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر	3
70	ميزان السياحة في الجزائر خلال الفترة 1990-2008	4
71	تطور عمال القطاع السياحي خلال الفترة 1990-2008	5
75	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز	6
76	الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق	7
76	القرى السياحية	8
84	المنشآت الفندقية بولاية قالمة	9
86	بيوت الشباب في ولاية قالمة	10
87	الوكالات السياحية بولاية قالمة	11
87	الجمعيات السياحية بولاية قالمة	12
88	السياح الوافدين على ولاية قالمة	13
89	السياح المؤطرين من طرف وكالات السياحة	14
89	الإيرادات السياحية بولاية قالمة	15
90	المشاريع السياحية في طور الإنجاز خارج منطقة التوسع السياحي	16
91	المشاريع السياحية المتوقفة	17
102	تطور عدد الملفات للفترة 1990-2012	18
104	توزيع الملفات المقبولة و المرفوضة حسب نوع المشروع السياحي للفترة 1990-2012	19
105	تطور عدد المشاريع الممولة من طرف البنك حسب القطاعات للفترة 2005-2012	20

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	اسم الجدول	الرقم
07	العلاقة بين العرض السياحي و الأسعار	1
08	العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية	2
09	العلاقة بين الطلب السياحي وأسعار الخدمات السياحية	3
10	العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية	4
13	أهم أنواع السياحة	5
26	مساهمة السياحة في توفير فرص العمل	6
27	التكامل بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى	7
96	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري	8
98	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري – وكالة قالمة-	9

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

يشهد العالم تغيرات متواصلة في شتى المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية، و في ظل هذه التغيرات تحاول الدول أن تجد مواقع تجعلها في مركز قوة لتحافظ على مصالحها و التحكم في تسيير مواردها و تنظيم اقتصادياتها على النحو الذي يضمن لها درجة من الاستمرارية و التقدم. و من القطاعات التي يمكن أن تؤدي دورا رياديا في التنمية هو قطاع السياحة، حيث أصبحت صناعة السياحة ظاهرة حضارية و اجتماعية و صناعة عملاقة لها أصولها و علومها المتقدمة جدا، تمثل المحور الأساسي في أنشطة الخدمات إذ يقول العالم الأمريكي جون نيبزت: "أن اقتصاد العالم في القرن الواحد والعشرين سوف تقوده ثلاثة صناعات خدمية و هي صناعة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات و صناعة السفر السياحة" و من بين هذه الصناعات الثلاثة تفرد صناعة السياحة و السفر لكونها الأسرع نمو .

و لا يخفى على أحد أن السياحة في السنوات الأخيرة أصبحت تحظى بأهمية كبيرة لدى مختلف المجتمعات و الدول، فالعالم اليوم يعيش ثورة سياحية تبشر بالكثير، و تعود بالكثير من المنافع لمن وضعوا أنفسهم في مركز يستطيعون فيه ركوب الموجة، فالسياحة أصبحت أكبر صناعة في العالم و أصبح واضحا للجميع بأن السياحة أصبحت قاطرة للنمو الاقتصادي و الاجتماعي و يتساوى في ذلك الدول الغنية ذات المصادر المتعددة للدخل و الدول الساعية إلى النمو بتعزيز مصادر دخلها و ذلك بتنشيط السياحة إليها، باعتبارها صناعة تساهم في زيادة دخول هذه الدول و كذا القضاء على أكبر المشاكل التي تعاني منها ألا و هي مشكلة البطالة، بالإضافة إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي و تحسين ميزان مدفوعاتها، و تعتبر السياحة أيضا باعثة على نمو و رواج العديد من الصناعات و الخدمات المرتبطة بها.

إن الجزائر و منذ استقلالها تعتمد في صادراتها بالدرجة الأولى على قطاع لمخروقات، و هذا يشكل خطرا على إيراداتها خصوصا و أن مورد البترول مورد زائل و لا يمكن الاعتماد عليه بشكل دائم، لذلك و جب إعادة النظر في مورد جديد كقطاع السياحي، و الجزائر في هذا المجال تحوز على قدرات كبيرة تؤهلها لتحتل المراتب الأولى بين الدول السياحية، هذا إذا ما أحسنت استغلال ما تحوز عليه من موارد و إمكانيات، لكن الواقع يشير إل أن القطاع السياحي كغيره من القطاعات يعاني تدهورا كبيرا و لا يعكس حقيقة ما تمتلكه الجزائر في هذا المجال.

و في ظل واقع هذا القطاع في الجزائر فإن هذا الأخير يواجه العديد من التحديات التي تعتبر بمثابة العوائق التي تحول دون تطوير هذا القطاع و تعزيز مكانته في الاقتصاد الجزائري، و يعد التمويل العائق الأساسي و العامل الرئيسي الذي يقف عائقا أمام مختلف الاستثمارات في المجال السياحي، فهي عادة ما تعاني من قصور على مستوى الموارد المالية الخاصة لذلك تلجأ إلى المصادر الخارجية لتغطية احتياجاتها.

الإشكالية:

إن تطوير القطاع السياحي لا يعتمد فقط على توفير مناطق الجذب الطبيعية ، و إنما يكمن أيضا في كيفية توفير و استغلال الموارد المالية اللازمة في عملية تنمية السياحة، و كذا تعاون كافة العناصر و القطاعات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي، و على اعتبار أن القطاع المصرفي و المتمثل في البنوك هو الممول أو الوسيط المالي الرئيسي في الاقتصاد الوطني فإن هذا يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة البنوك في تمويل القطاع السياحي ؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هي مصادر تمويل المشاريع السياحية ؟
- ما هو دور القطاع السياحي في التأثير على الحياة الاقتصادية في الجزائر ؟
- ما هي الصعوبات التي تقف عائقا في وجه القطاع السياحي في الجزائر ؟
- ما هي مراحل منح و تسيير القروض على مستوى القرض الشعبي الجزائري -ولاية قالة -؟ و ما هو الدور الذي يلعبه في تمويل المشاريع السياحية ؟

الفرضيات :

- توجد عدة مصادر لتمويل القطاع السياحي و التي من بينها البنوك.
- للقطاع السياحي دور مهم في التأثير على الحياة الاقتصادية بالجزائر .
- يعاني القطاع السياحي في الجزائر جملة من المعوقات إلى تحول دون تطويره خصوصا و أنه لم يكن من أولويات الدولة فيما مضى
- يمر القرض على مستوى القرض الشعبي الجزائري بعدة مراحل تبدأ من طلب القرض وتتواصل حتى صرف مبلغ القرض .
- للقرض الشعبي الجزائري -وكالة قالة- دور كبير في تمويل المشاريع السياحية .

أهمية الموضوع :

تكمن أهمية هذه الدراسة في كون القطاع السياحي أصبح بديلا اقتصاديا هاما في نمو الدخل الوطني ،من خلال توفير إيرادات مهمة بالعملية الصعبة وهذا بالنظر إلى ما تنفرد به بلادنا من مميزات سياحية هامة ، كما تبرز أيضا أهمية بحثنا من خلال العناية الكبيرة التي توليها الدولة الجزائرية مؤخرا لتنمية هذا القطاع .

أهداف الموضوع :

- تتركز أهداف هذا الموضوع في :
- إبراز مختلف المفاهيم المتعلقة بالسياحة و أهميتها و كذا العوامل المؤثرة فيها.
- إلقاء الضوء على البنوك و دورها كوسيط مالي.



-المساهمة في إعطاء صورة عن القدرات السياحية في ولاية قلمة و المشاكل التي يعاني منها القطاع بالولاية خاصة و الجزائر عامة سيما المشاكل المالية و محاولة إعطاء حلول لها.

أسباب اختيار الموضوع :

أسباب ذاتية :

- الرغبة في دراسة المواضيع المتعلقة بالقطاع السياحي والرغبة في التزود بالمعرفة وإشباع فضولنا العلمي حول هذا القطاع .

- إثراء المكتبة الجامعية بهذا الموضوع النادر في مكتبتنا.

أسباب موضوعية :

- المقومات السياحية الهائلة و المتنوعة التي تزخر بها الجزائر و التي لم تستغلها بشكل جيد و بقيت مهمشة.

- سعي الجزائر لإيجاد بديل اقتصادي عن قطاع المحروقات .

- التوجه الجديد لسياسة الدولة الجزائرية الذي بدأ يعطي أهمية للقطاع السياحي.

- ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي الجزائري و إعادة بعثه.

منهج البحث :

تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتماشى و طبيعة الموضوع فقد استخدمنا المنهج الوصفي في وصف الظاهرة محل الدراسة بعد الاطلاع على مختلف المراجع من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع أما في الجانب التطبيقي فقد استخدمنا المنهج التحليلي من خلال الإحصائيات المتعلقة بواقع القطاع السياحي في الجزائر و مساهمة البنوك في تمويل هذا القطاع.

هيكل البحث:

ينطوي موضوع بحثنا على ثلاثة فصول أساسية وهي:

الفصل الأول: تم التطرق فيه إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالسياحة و أنواعها و البنية الأساسية للقطاع السياحي و المتمثلة في المنشآت السياحية و التطرق أيضا للدور الذي يلعبه هذا القطاع في التنمية الاقتصادية.

الفصل الثاني: خصص للحديث عن العلاقة التمويلية بين البنوك و المشاريع السياحية تحت عنوان البنوك كأداة تمويلية للمشاريع السياحية فتم فيه التطرق لمختلف المفاهيم المتعلقة بالبنوك و التمويل و أخيرا التطرق إلى مصادر تمويل المشاريع السياحية و السياسات المتبعة من طرف البنك في منح القروض لهذه المشاريع و كذا الجدوى الاقتصادية لها.

الفصل الثالث: يتناول واقع و آفاق القطاع السياحي في الجزائر مع التركيز على ولاية قلمة من خلال دراسة وضعية السياحة بالولاية و كذا قمنا بدراسة حول القرض الشعبي الجزائري - وكالة قلمة - و مساهمته في تمويل المشاريع السياحية.



صعوبات الدراسة :

- واجهتنا صعوبات كبيرة في سبيل إعداد هذا البحث نورد هنا قصد لفت أنظار المسؤولين من أجل إيجاد صيغة جديدة لتسيير هذا القطاع و كذلك المساهمة في تسهيل مهام الباحثين و من أهم هذه المشاكل نجد:
- يعد الرصيد العلمي الدراسي(الكتب) في القطاع السياحي للاقتصاد الجزائري رصيد محدود ،حيث لم يتم الحصول على مؤلفات جزائرية تتناول القطاع السياحي الجزائري .
 - قلة المراجع المتعلقة بأساليب تمويل السياحة.
 - المشكل الرئيسي الذي صادفنا هو قلة الإحصائيات الدقيقة و الوافية عن حالة القطاع السياحي الجزائري سواء من حيث المداخل أو الهياكل .
 - بعض التعقيدات عند ولوجنا لمديرية السياحة لولاية قاله تنحصر في عدم إعطائنا إحصائيات جديدة و تعقيدات أخرى فيما يخص القرض الشعبي الجزائري -وكالة قاله- حيث لم يقوموا بتزويدنا بالمعلومات الكافية بحجة أنها معلومات خاصة بالبنك و لا يمكن التصريح بها.

الفصل الأول:

إطار مفاهيمي حول السياحة والمنشآت السياحية

مقدمة الفصل:

تمثل السياحة أحد الأنشطة التي تنسم بأهمية كبيرة، فهي لم تعد كما كانت منذ سنوات مجرد إشباع لرغبات الأفراد بل تشعبت و أصبحت صناعة تسعى للتوسع المستمر، فقد تخطت تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر فيه و تتأثر به، كما أنها صناعة تحول الملموس إلى اللاملموس من خلال الخدمات التي تقدمها مختلف المرافق و المنشآت العاملة في هذا المجال، و لقد اكتسبت صناعة السياحة طابعا اقتصاديا إذ يعتبرها الخبراء بأنها قاطرة ستقود النشاط الاقتصادي خلال السنوات المقبلة، و ذلك نظرا للدور الذي تلعبه في إنعاش الاقتصاد الوطني و معالجة الإختلالات التي يعاني منها، من خلال مساهمتها في زيادة الناتج المحلي الإجمالي و جلب مداخيل هامة من العملات الصعبة و القضاء على مشكلة البطالة التي تعتبر التحدي الاقتصادي و الاجتماعي الرئيسي الذي تواجهه حكومات مختلف دول العالم.

المبحث الأول: مقاربات مفاهيمية حول السياحة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية عرفت تطورات سريعة، عكست مدى أهميتها في جميع المجالات و كذا تنوعها و تشعبها، وهي تؤثر و تتأثر بعدة عوامل تساعد على نموها كما يمكن أن تتسبب في تأخرها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة وأهم خصائصها

تعتبر السياحة وسيلة للبحث عن الراحة والاستجمام، والهدوء والسكينة وراحة العقل والجسم في بيئة مناسبة توجد فيها العناصر السياحية الضرورية، وفيما يلي عرض بسيط لبعض المفاهيم والخصائص السياحية.

1- مفهوم السياحة:

لقد تعددت محاولات الكتاب في إعطاء تعريف شامل وموحد للسياحة، ومن أهم هذه المحاولات ما يلي: تشمل السياحة سفر وإقامة الأفراد الذين لا يقيمون ولا يعملون في المنطقة بشكل دائم، وإقامتهم تستمر ليلة واحدة على الأقل ولعام واحد على الأكثر، وإذا كان المبيت من ليلة إلى ثلاث فيعتبر ذلك سياحة قصيرة الأجل، ومن أربع فأكثر يعتبر كذلك سياحة، والسياحة تشمل أشكال السفر المرتبطة بالمهنة(العمل)، والعلاج (سياحة مهنية وسياحة نقاهة)، وتشمل كذلك أشكال السفر الحر الذي يهدف إلى الاستجمام والترفيه¹.

تعريف ماتيسون الذي يعتبر السياحة حركة مؤقتة للسكان أو الناس لمناطق معينة خارج مناطق سكناهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تمارسها في مناطق الهدف، وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات، والسياحة بهذا المفهوم نوع من أنواع السفر الذي يختلف عن رحلة العمل اليومية أو الهجرة أو التسوق أو الإقامة الدائمة².

❖ تعريف السياحة في الإسلام:

تعتبر الشريعة الإسلامية أن السياحة هي سياحة العبد إما للتقرب من خالقه بالصلاة أو الصوم، أو تجوالاً في الأرض للتعبد والتأمل في ملكوت الخالق وآياته في خلقه كما ورد في قوله تعالى " قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير" (سورة العنكبوت الآية 20). وإما مسيرة استثمار للذين يضرّبون في الأرض للعلم أو العمل، وأيضا فان مفهوم السياحة في الإسلام يتضمن إتباع آداب و سنن يستحسن مراعاتها من طرف السائحين تفاديا من الوقوع في محظورات نهى عنها الإسلام³.

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، دراسة مقارنة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2003، ص 34.

² عثمان محمد غنيم وبنينا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 1999، ص ص 23-24.

³ عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة باتنة، 2004-2005، ص 3.

ومهما تعددت تعريفات مفاهيم السياحة فما هي إلا وسيلة اتصال و تلاقح فكري وتبادل ثقافي وتعارف بين الشعوب، للتعرف على عاداتها وتقاليدها، أو طلبا للراحة أو الاستجمام، وهي عامل مهم في وحدة الإنسانية ونشر التسامح، والتفاهم بين الشعوب لإحلال السلام والأخوة ونبذ العداة والفرقة، ولا يقتصر على هذا الشكل بل يتعدى إلى نشاطات اقتصادية ورياضية واجتماعية وسياسية وعلمية في مختلف جوانب الحياة البشرية.

2- خصائص السياحة :

يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، فهي صناعة تتميز عن غيرها من الأنشطة الاقتصادية بمجموعة من الخصائص أهمها¹:

- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل (الاستقرار السياسي، درجة التقدم الاقتصادي، عدم وجود اتجاهات عدائية اتجاه الأجانب وغيرها) من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا.
- أن الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع القدرات والخدمات والتجهيزات، بل هناك عوامل أخرى كأسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية.
- تأثر الطلب بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة والدول الأخرى، وتقدم التكنولوجيا في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية (كالكساد والرواج)، بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير أو التحكم فيها.
- تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه تنوع واختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها.
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين.
- رغم توافر صفة عدم المرونة للطلب على نوع معين من أنواع السياحة كالتاريخية أو الدينية، فإن الطلب السياحي يتوقف والى حد كبير على القدرة المالية للسائح.
- إن الطلب السياحي لا يتصف عادة بصفة التكرار، أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع أو الرضا لدى السائح لا يعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيارة لنفس البلد.
- إن العرض السياحي خاصة بالنسبة للمقومات التاريخية والطبيعية مثلا يتصف بعدم المرونة خاصة في الأجل القصير.
- السياحة هي صناعة متكاملة ومركبة، أي أنها تشمل على العديد من الخدمات السياحية المختلفة مثل: النقل الجوي، الفنادق، محلات بيع التحف.... الخ فكل عنصر فيها يقدم منتجا مستقلا وهذا ما يتطلب

¹ آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص ص 25-26.

- درجة عالية من التنسيق والتعاون بين الخدمات بهدف تقديم منتج سياحي متكامل يؤدي إلى إشباع حاجات السياح وإرضائهم¹.
- استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي، مثل الطاقات الإيوائية أو مقاعد الطائرة أو مقاعد المطاعم، فمثلا عندما لا يتم إشغال أي غرفة من الفندق فان ذلك يعتبر خسارة للفندق وذلك لوجود مصاريف ثابتة كرواتب الموظفين².
 - تأثير السوق السياحية بالموسمية، إذ يوجد ما يطلق عليه موسم الذروة، وهو موسم الطلب السياحي حيث يزداد السياح، وهناك موسم الكساد والذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائيا، وهناك موسم وسط الذي يتذبذب فيه الطلب من يوم إلى يوم آخر³.
- كما تتصف أنشطة السياحة بما يلي⁴:
- تنوع الخدمات والأنشطة التي تقدمها المنشآت السياحية، واختلاف خصائص هذه الخدمات والأنشطة بصورة تؤدي إلى تكوين تشكيلة متباينة من الأنشطة والأعمال التي تقدم للعملاء.
 - ترابط كافة أنشطة وخدمات المنشآت السياحية بالعنصر البشري في جميع مراحلها، حيث يغلب على النشاط أو الخدمة الجانب الإنساني السلوكي، كما أنها تؤدي بواسطة العنصر البشري مما يجعل تلك الأنشطة والخدمات ذات طبيعة خاصة.
 - المهارات والقدرات اللازمة لأداء أنشطة وخدمات المنشآت السياحية يغلب عليها المهارات والقدرات السلوكية بدرجة كبيرة مقارنة بالمهارات والقدرات الفنية والإدارية.

المطلب الثاني: أسس السياحة و أنواعها:

السياحة صناعة مركبة تضم مجموعة من الأسس و هي أيضا متشعبة يمكن تصنيفها إلى أنواع متعددة تتماشى مع ميولات و رغبات السائحين.

1- أسس السياحة:

تبني السياحة كغيرها من العلوم الأخرى على مجموعة من الأسس التي تتكامل فيما بينها لقيام هذا النشاط وجعله ذا فعالية في اقتصاديات البلدان السياحية، وتظهر هذه الأسس في العناصر التالية.

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، شهادة ماجستير تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة، 2005-2006، ص 19.

² عصام حسن السعيد، الدلالة والإرشاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص 86.

³ سراب الياس وحسن الرفاعي، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص 14.

⁴ مصطفى محمد أبو بكر، فن ومهارات التسويق والبيع في الشركات المتخصصة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 166-167.

1-1 العرض السياحي:

1-1-1- تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي بأنه ما تقدمه المنطقة السياحية وتحتويه من مقومات سياحية، سواء كانت عوامل جذب طبيعية أو تاريخية أو صناعية، وإضافة إلى السلع والخدمات التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله على بلد آخر¹.

1-1-2- العوامل المحددة للعرض السياحي:

تختلف كمية ونوعية العرض السياحي من بلد لآخر، ويرجع ذلك لمجموعة من العوامل أهمها²:

أ- العامل الطبيعي: يشكل نسبة كبيرة من مكونات وعناصر العرض السياحي، بل هو الأساس الذي يركز عليه عرض الخدمات السياحية، فالعلاقة طردية بين العامل والعرض السياحي، فكلما توفر العامل الطبيعي زاد العرض السياحي والعكس صحيح.

ب- أسعار المنتج السياحي: يعتبر أحد العوامل المادية التي تتحكم في العرض السياحي، فكلما ارتفعت أسعار المنتج السياحي زاد العرض السياحي والعكس صحيح.

ج- تكاليف عوامل الإنتاج: إن أي عملية إنتاجية لا تتحقق إلا بمزج عناصر الإنتاج الأربعة (المادية، الأولية، العمل والتنظيم)، والمنتج في النشاط السياحي يستخدم نفس العناصر، وهناك علاقة عكسية ما بين تكاليف عوامل الإنتاج والعرض السياحي.

د- استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة: على الرغم من أن دور التكنولوجيا يكون محددًا في مجال الخدمات السياحية، إذ أن السياحة كنشاط يعتمد بالدرجة الأولى على عنصر العمل، ويصعب إحلال الماكينة محل عنصر العمل، إلا أنه يبقى للتكنولوجيا دورًا كبيرًا في عملية بناء المنشآت السياحية وتنفيذ العديد من المشاريع السياسية، فكلما تطورت الوسائل التكنولوجية، زاد العرض السياحي والعكس صحيح.

1-1-3- العلاقة بين العرض السياحي و بعض المتغيرات

أ- العلاقة بين العرض السياحي و الأسعار :

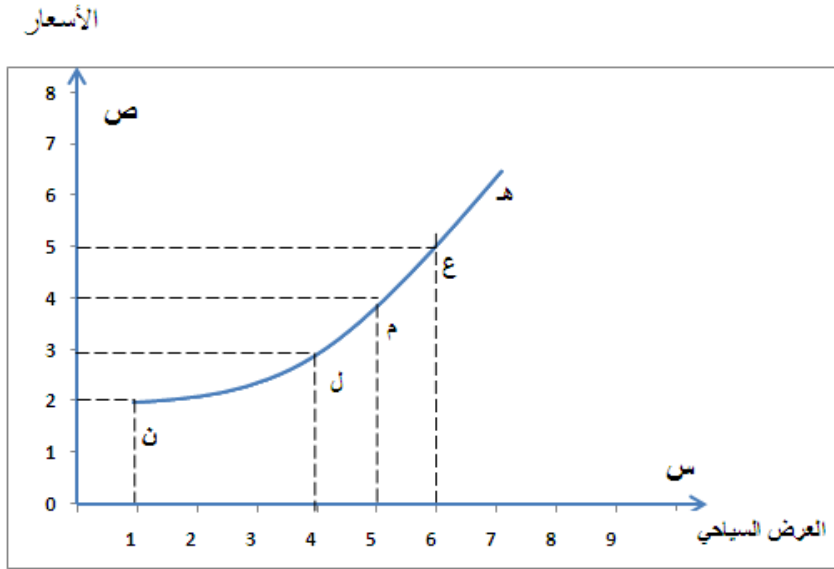
يمكن القول بصفة عامة أن العرض السياحي يرتبط ارتباطًا قويًا بأسعار الخدمات السياحية من خلال علاقة طردية، بحيث أنه عند ارتفاع أسعار المنتج السياحي يتجه العرض السياحي إلى الارتفاع نتيجة إقبال عدد كبير من المشترين إلى الاستثمار في المشتريات السياحية المختلفة نظرًا لجدوى وربحية هذه المشروعات التي نشأت عن ارتفاع الأسعار³، والشكل التالي يوضح هذه العلاقة.

¹ عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص ص 25-26.

² محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي، 2008-2009، ص ص 79-80.

³ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 140.

شكل رقم (01): العلاقة بين العرض السياحي و الأسعار



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 141.

بتحليل المنحنى يظهر على المحور السيني (س)، العرض السياحي حيث يمثل الكميات المعروضة من المنتج السياحي، أما الصادي (ص) فيمثل الأسعار، فعند النقطة (م) نجد أن الأسعار وصلت إلى 04 من الوحدات، وعند مستوى معين من العرض السياحي عند النقطة 05، أما إذا انتقلت الأسعار إلى مستوى أعلى بلغ 05 من الوحدات النقدية فإن العرض السياحي يتجه هو أيضا إلى الزيادة نتيجة ارتفاع هذه الأسعار ليكون عند النقطة 06، ويلاحظ في هذه العلاقة أن الأسعار كانت هي المتغير المستقل، أما العرض السياحي فكان المتغير التابع، وأن هذه الأسعار هي المتغير الوحيد المؤثر في العرض السياحي مع تثبيت العوامل الأخرى التي يمكن تسميتها بظروف العرض، وبذلك يمكن الوصول إلى نتيجتين هما¹:

✓ النتيجة الأولى: إن ارتفاع أسعار السلعة السياحية أدى إلى نمو أفقي في العرض السياحي من خلال التنوع الكبير في تقديم خدمات سياحية متميزة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة.

✓ النتيجة الثانية: أن ارتفاع سعر السلعة السياحية أدى إلى نمو رأسي في العرض السياحي من خلال دخول المستثمرين في المجال السياحي لإقامة مشروعات سياحية جديدة، بالإضافة إلى إدخال خدمات سياحية لم تكن موجودة من قبل استهدافا إلى تحقيق مستويات عليا من الأرباح.

ب- العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية :

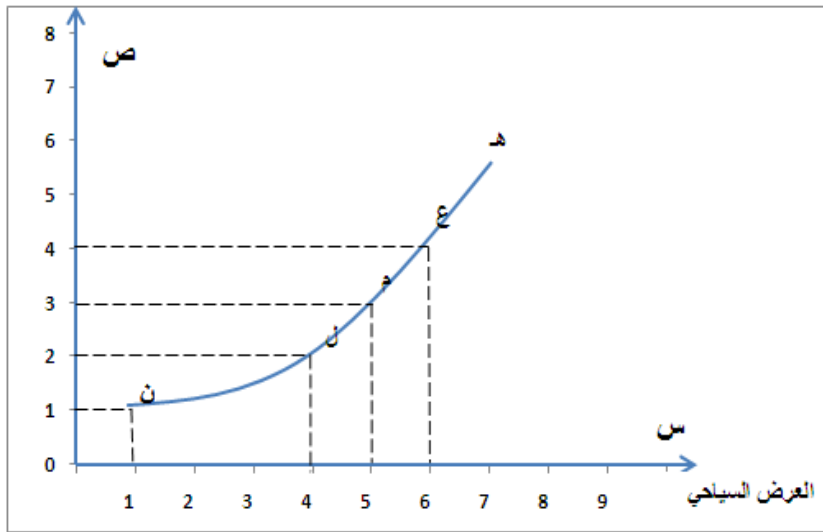
يؤثر العرض السياحي تأثيرا كبيرا في حجم الإيرادات السياحية المحققة من حيث درجة الاهتمام والعناية بمقومات هذا العرض الطبيعية ومستوى الخدمات السياحية المرتبطة بهذه المقومات، وبذلك يلاحظ انه كلما تميز

¹ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المرجع السابق، ص 141-142.

العرض السياحي وارتفع مستواه انعكس ذلك على حجم الإيرادات السياحة المحققة لأن الخدمات الممتازة تشجع الطلب السياحي¹، ويوضح هذه العلاقة الطردية بين العرض السياحي والإيرادات السياحية الشكل التالي:

شكل رقم 02: العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية

الإيرادات السياحية



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 143.

يوضح المنحنى العلاقة الطردية بين العرض السياحي الممثل للسلعة أو المنتج السياحي والإيرادات السياحية التي تتحقق من بيعه، ففي مستوى العرض السياحي (4) عند النقطة (ل) تكون الإيرادات السياحية (2) وحدة من الإيرادات، وإذا زاد العرض السياحي سواء أفقياً أو رأسياً ووصل إلى مستوى (5) عند النقطة (م) فإن الإيرادات ترتفع هي الأخرى لتكون عند النقطة (3)، وتستمر هذه العلاقة الطردية حتى مستوى معين حيث يتجه العرض السياحي نحو الثبات رغم الزيادة المستمرة في الإيرادات السياحية لأن العرض السياحي يتميز بأنه قليل المرونة، وبصفة عامة فإن العرض السياحي ليس من السهل تغييره طبقاً لأذواق ورغبات المستهلكين السياحيين المتعددة والمتنوعة.

¹ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المرجع السابق، ص 142.

1-2- الطلب السياحي:

1-2-1- تعريف الطلب السياحي:

الطلب السياحي هو الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شراءها من سلعة وبسعر محدد في مكان وزمان محددين، ويمكن قياس أو حساب مستوى الطلب أو حجمه في أسعار مختلفة¹.

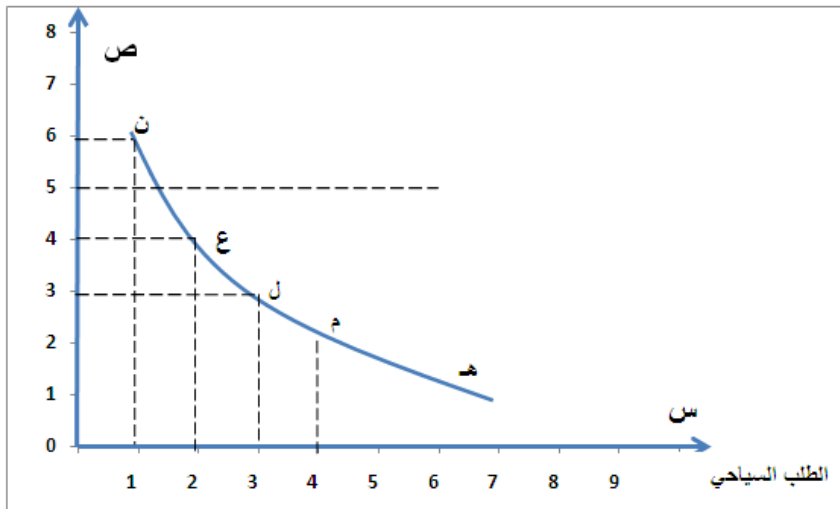
1-2-2- العلاقة بين الطلب السياحي و بعض المتغيرات:

أ- العلاقة بين الطلب السياحي والأسعار:

يرتبط الطلب السياحي بعلاقة قوية بينه وبين بعض المتغيرات وأهمها أسعار السلعة السياحية ويقصد بها أسعار البرامج السياحية التي تعرضها الشركات السياحية في الأسواق الخارجية، حيث تمثل هذه الأسعار المتغير المستقل، أما الطلب فإنه المتغير التابع. وبدراسة وتحليل الطلب السياحي بشكل عام يتضح أن زيادة الأسعار السياحية يقابلها انخفاض في الاتجاه العام للطلب السياحي، كذلك فإنه إذا انخفضت الأسعار اتجه الطلب السياحي إلى الارتفاع، وهكذا تصبح هذه العلاقة عكسية، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 03: العلاقة بين الطلب السياحي وأسعار الخدمات السياحية

الأسعار



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

يتضح من خلال دراسة الشكل الذي يظهر على المحور السيني (س) حجم الطلب السياحي، ويظهر على المحور الصادي (ص) الأسعار المختلفة للسلعة السياحية، أنه عندما يكون السعر عند مستوى (3) وهي وحدات افتراضية تعبر عن سعر الخدمة السياحية، فإن حجم الطلب السياحي يكون عند النقطة (3)، فإذا انخفض السعر

¹ عصام حسن السعيد، الدلالة و الإرشاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 89-90.

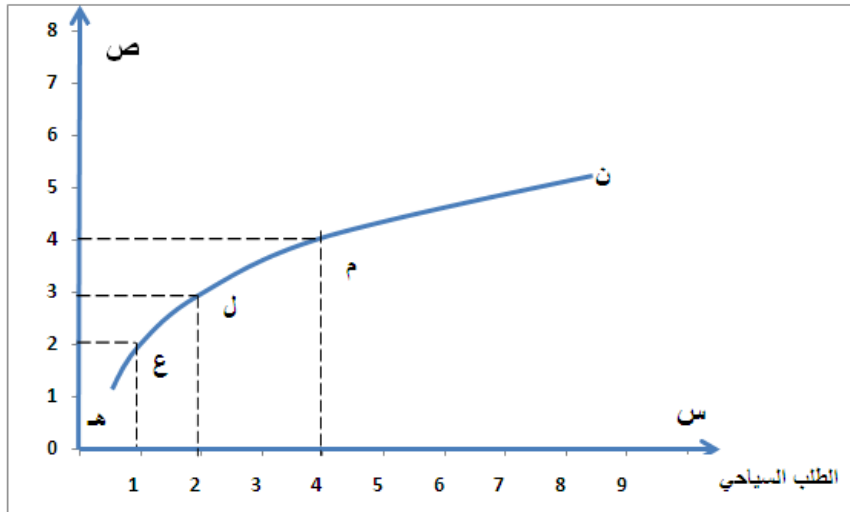
عن هذا المستوى إلى مستوى أقل أي عند المستوى (2) يصبح حجم الطلب السياحي عند النقطة (4) فيتضح في هذه الحالة اتجاه الطلب السياحي نحو الزيادة عند انخفاض الأسعار، أما إذا ارتفعت الأسعار إلى مستوى (4) نجد أن الطلب السياحي قد انخفض ليكون عند النقطة (2)، وهكذا تظهر بوضوح طبيعة العلاقة بين الطلب السياحي والأسعار.

ب- العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية:

الطلب السياحي يمثل انعكاسا لبعض المتغيرات المستقلة الأخرى ومن بينها مستوى الخدمات السياحية في الدول المستقبلية للسائحين، فارتفاع مستوى هذه الخدمات دليل واضح على تقدم وتطور هذه الدول، واهتمامها الكبير بتحقيق التنمية السياحية بها، فكلما ارتفع مستوى هذه الخدمات في أي دولة مع ثبات الأسعار أدى ذلك إلى اتجاه الطلب السياحي إلى الارتفاع تبعا لذلك، لأن الطلب السياحي يتميز بحساسية الحساسية، أي أنه يتأثر تأثيرا كبيرا ببعض العوامل مثل مستوى الخدمة في الدول السياحية من حيث طبيعتها وتميزها وأسلوب تقديمها، أما إذا انخفض مستوى الخدمات السياحية بها اتجه الطلب السياحي إلى الانخفاض وابتعد السائحون عن هذه الدولة إلى دول أخرى أكثر اهتماما بمستوى خدماتها السياحية. ويمثل العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية الشكل التالي:

شكل رقم 04: العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية.

الخدمات السياحية



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

يظهر من خلال هذا الشكل منحنى العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية (ن هـ) حيث يتضح أنه إذا كان مستوى الخدمات السياحية عند النقطة (3) على المحور الصادي (ص) الذي يمثل الخدمة فإن الطلب السياحي يكون عند النقطة (2)، فإذا ارتفع هذا المستوى إلى (4) فإن الطلب يتجه إلى

الارتفاع أيضا ليكون عند النقطة (3.4)، أما إذا انخفض مستوى الخدمات السياحية إلى درجة أقل وأصبح عند مستوى (2) انخفض معه الطلب عند النقطة (1).

2- أنواع السياحة:

تختلف أنواع السياحة وتعدد حسب أنواع الرغبات والاحتياجات المختلفة، ولقد ساهم التطور العلمي والاقتصادي في هذا التنوع فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل، ولقد صنفت السياحة تبعا للمعايير التالية¹:

1-2- تبعا لعدد الأشخاص المسافرين:

- سياحة فردية: وتتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة.
- سياحة جماعية: وتعني سفر عدة أشخاص يربط بينهم رابط معين (نادي، جماعة).
- 2-2- تبعا لنوع وسيلة المواصلات المستعملة:
- سياحة برية: (السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الأتوبيسات العامة أو الخاصة).
- سياحة جوية: (الطائرات المختلفة).
- سياحة بحرية: (البواخر)

2-3- تبعا للسن:

- سياحة الشباب (بين 16 و 30 عاما)
- سياحة متوسطي الأعمار: (بين 30 وستين عاما)
- سياحة كبار السن: (فوق ستين عاما).

2-4- تبعا للجنس:

- سياحة الرجال
- سياحة النساء

2-5- تبعا لمستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية:

- سياحة أصحاب الملايين: الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة (طائرات، يachts)
- سياحة الطبقة المتميزة: التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات (فنادق خمس نجوم، مقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها)
- السياحة الاجتماعية أو العامة: لذوي الدخل المحدود.

2-6- تبعا للموقع الجغرافي:

- السياحة الإقليمية: هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة.

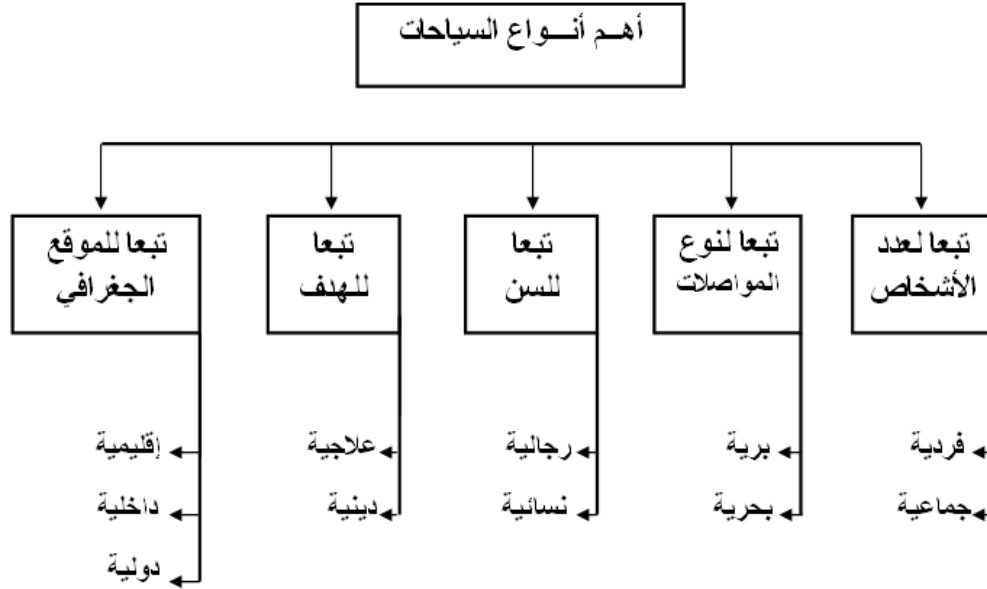
¹ ماهر عبد الخالق السيسى، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2001، ص ص 26-35.

- السياحة الداخلية (ال محلية): هي الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولهم.
 - السياحة الدولية: هي الحركة أو النشاط المتمثل في الانتقال والإقامة عبر حدود الدول.
- 2-7- أنواع السياحة طبقا للهدف من الرحلة:
- السياحة الترفيهية: كما يعرفها بعض المتخصصين بأنها تغيير مكان الإقامة لفترة من يوم واحد لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر.
 - السياحة الثقافية: تهدف للتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام، لذلك فهي تجذب نوعيات معينة من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية.
 - السياحة العلاجية: عرفت منذ زمن بعيد، تروي لنا كتب التاريخ اهتمام الرومان بها وأسفارهم المتعددة لأسباب صحية وعلاجية وطرقهم في بناء الحمامات المخصصة للاستشفاء.
 - سياحة المؤتمرات والاجتماعات: تعتبر من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين، حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الكبير الذي شهده العالم في السنوات العشرين الأخيرة.
 - سياحة رجال الأعمال: تشمل الأنشطة المختلفة لرجال الأعمال وانتقالاتهم للمشاركة في المعارض التجارية.
 - سياحة المهرجانات: تتنوع هذه المهرجانات إلى ثقافية، فنية، ورياضية وتهدف إلى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي.
 - السياحة الرياضية: يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم.
 - السياحة الدينية: ويمكن تعريفها بأنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى وذلك بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الدول لفترة من الوقت¹.
 - سياحة التسوق: هي سياحة حديثة تكون بغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما تسري عليها التخفيضات من أجل الجذب السياحي مثل مهرجانات السياحة بدبي من كل عام².

¹ محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000.

² أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية الأسس والمرتكزات، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص 11.

شكل رقم (5): أهم أنواع السياحة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2001، ص 41-43.

المطلب الثالث: أهمية السياحة والعوامل المؤثرة فيها

تتأثر السياحة بمجموعة من العوامل تؤثر فيها إلا أنها تحظى بأهمية بالغة.

1- أهمية السياحة:

تتمتع السياحة بأهمية بالغة من جوانب عديدة منها¹.

1-1- الأهمية الاقتصادية: أصبحت السياحة في كثير من دول العالم قطاعاً اقتصادياً رئيسياً يعمل على وضع العملات الصعبة وجذب الاستثمارات الأجنبية ويوفر عدداً لا يستهان به من فرص العمل، ويمكن من تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية والبشرية والحضارية والتاريخية المتاحة والكامنة، ويوظفها بشكل جيد لخدمة الاقتصاد والمجتمع.

2-1- الأهمية الحضارية والثقافية: تتمثل هذه الأهمية في:

- انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة.
- تعمل السياحة على زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضها البعض.
- توطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم.

¹ عثمان محمد غنيم و بنينا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، مرجع سبق ذكره، ص 72-74.

- حماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب.
- تزييد من حركة الاتصال والتواصل فيما بينها.
- 1-3- الأهمية البيئية والعمرانية: تمكن السياحة من تحقيق:
 - الاستغلال الأمثل للموارد والمعطيات الطبيعية وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها على اعتبار أنها ثروة طبيعية.
 - تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحدد أقصى منفعة ممكنة ولا يسبب أي مشاكل أو آثار بيئية مالية.
 - تؤدي النشاطات السياحية إلى الاهتمام بالبعد الجمالي للمعطيات، سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان وهذا بدوره يشكل دفاعا للمحافظة على هذه المعطيات وصيانتها وترميمها.
- 2- العوامل المؤثرة في السياحة:

تتأثر السياحة بمجموعة من العوامل تتمثل فيما يلي:

 - 1-2- العوامل الطبيعية: وهي مجموعة العوامل التي تحكم المنطقة المراد تنميتها، وهي كما يلي¹.
 - 1-1-2- المناخ: أهمية المناخ للتنمية السياحية تأتي بالدرجة الأولى من درجات الحرارة ومتوسط صيفا وشتاء، والمواعيد المناسبة لكل قطاع من السياح، والرياح وسرعتها، والأمطار ومواعيد هطولها، كل هذه العوامل لها أهميتها في المواعيد المناسبة لاستقبال الأفواج السياحية ونوع السياحة هل هي للاستجمام أو للمصايف أو للمشاتي أو للعلاج.
 - 2-1-2- الطبوغرافيا: وهي (طبيعة الأرض) من جبال وهضاب ووديان، وطبيعة التربة والشواطئ وما نوع الشاطئ (صخري، رملية)، تؤثر الطبوغرافيا في اختيار الأماكن المناسبة لعناصر المشروع بعيدا عن مخزات السيول مثلا أو اختيار قيمة مناسبة لإقامة مشروع فندق يطل على البحر، وأماكن مهابط الطائرات والطرق.
 - 2-1-3- المزارات: تلعب المزارات بكل أنواعها (أثرية، تاريخية، دينية) دورا هاما في جذب السياح، وكلما زادت المزارات كلما زادت الفرصة للارتداد، على أن تكون جاهزة لاستقبال السياح.
 - 2-1-4- البنية الأساسية: وهي طرق الوصول للمنطقة المراد تنميتها، مثل وجود المطار لخدمة المنطقة، وإمكانية توصيل أو تدبير مياه الشرب للمنطقة وكذلك الطاقة الكهربائية ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية وشبكة الصرف الصحي.
 - 2-1-5- البيئة: البيئة إجمالا هي الإطار الخارجي الذي يضم جميع العناصر الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية والتي يعيش فيها الإنسان في تكامل وتوازن يساعد على استمرار الحياة وبقائها كما أرادها الله .

¹ حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2001، ص ص 72-76.

والارتباط وثيق بين النشاط السياحي بكل أشكاله وبين البيئة بمعناه الواسع، فالبيئة توفر الأساس الحقيقي للنشاطات السياحية، بينما السياحة عامل للمحافظة على البيئة وتطويرها وتحسينها، إلا أنه إذا لم توجد الإدارة السليمة للموارد السياحية والاستغلال الأمثل للمواقع السياحية والاختيار المناسب للمشروعات والنظم المعمارية فقد يؤدي ذلك إلى تصدع البيئة وانهايار الأساس الذي اعتمد عليه النشاط السياحي وبالتالي يصبح المجتمع والسائحون ضحية لذلك.

فالبيئة النظيفة تعني سياحة ناجحة وهي تعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي.
2-2- العوامل الاجتماعية¹:

تشابك داخل العوامل الاجتماعية العديد من العناصر التي تدخل في تشكيل السياحة وبلورة مفهومها، وهي الثقافة التي يتمتع بها السائح، كما يلعب الدين أيضا دوره وكذلك اللغة ووقفت الفراغ والتقاليد الموروثة، وهذه العوامل مجتمعة لها تأثير على السياحة حيث أنها تساعد على إيجاد الدوافع السياحية التي لولاها لما قامت الحركة السياحية، كما لها ارتباط أيضا بالدول المستقبلية للسياحة بالنسبة للثقافة، فكلما ازداد الإنسان قراءة عن بقعة تاريخية أو مزارا سياحيا محددًا كلما زاد شوقه إلى رؤية ذلك المكان.

وهناك الأماكن السياحية الدينية (المساجد، الكنائس، المعابد، الأضرحة) التي يتوافد إليها السياح من كل فج عميق وفي نفوسهم رهبة من الخالق ورغبة في التقرب إليه، يذلون كل غال ونفيس في سبيل الوصول إلى هذه الأماكن المحببة إلى نفوسهم، وتؤثر اللغة التي يجيدها السائح تأثيرا كبيرا على مدى فهمه واستيعابه لما يراه، ولو أن اللغات العالمية الآن كالانجليزية والفرنسية استطاعت أن تقرب هذا التأثير لحد كبير.

2-3- العوامل الاقتصادية:

حيث أن السياحة نشاط ترفيهي، لذا يؤثر متوسط الدخل الفردي في الحركة السياحية إلى حد كبير، حيث يجب على الفرد العمل على توفير المدخرات للقيام برحلة سياحية، كما أن الدولة المستقبلية للسياح يجب أن تكون لدخلها القومي ما يتيح لها توفير المبالغ المخصصة لإنشاء وإقامة الأماكن السياحية والقيام بالتنمية السياحية كما يجب.

ويعتبر سوق العملة أيضا مؤثرا على الحركة السياحية، فتدهور العملة يؤثر على الدخل القومي كما أن توفر وسائل النقل وإمكانياته ومدى قرب مصادر السوق السياحي والمزارات تؤثر أيضا في النشاط السياحي².

¹ ماهر عبد الخالق السيسى، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 30.

² المرجع نفسه، ص 30.

المبحث الثاني: المنشآت السياحية، المفهوم والأنواع

لقد عملت العديد من الدول على سن القوانين وإصدار التشريعات وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي، وتوفير كافة المرافق و المنشآت اللازمة لجذب السياح وتطوير واقع السياحة، فالفنادق والمكاتب السياحية، المطاعم، المرشدون السياحيون، شركات الطيران إلى غير ذلك من المنشآت لا تقتصر أهميتها على ما تقدمه من خدمات لازمة للسياح بل تعمل على تطوير الحياة الاقتصادية والاجتماعية لذلك.

المطلب الأول: مفهوم المنشآت السياحية

يمكن تعريف المنشآت السياحية بأنها "مؤسسة تجارية تقوم بالعمل على تأمين وتقديم مختلف الخدمات السياحية اللازمة لكافة السياح على مختلف أنواعهم من خدمات إقامة وطعام وشراب وخدمات علاجية وثقافية ورياضية وتجارية ودلالة وإرشاد سياحي وتنظيم برامج سياحية وكذلك خدمات النقل السياحي بمختلف أنواعه"¹.

ويمكن تعريفها أيضا على أنها "تلك الأماكن المعدة أساسا لاستقبال السياح و تقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات، التي يتم استهلاكها في نفس المكان كالمطاعم، وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة التزلز و السائحين مثل الفنادق"².

و من هذه التعاريف يمكن أن نستنتج بأن المنشآت السياحية هي مؤسسات تجارية تقوم بتوفير الخدمات من أجل الترفيه، وتكون هذه الخدمات مدفوعة الثمن .

المطلب الثاني: أنواع المنشآت السياحية

هناك أنواع عديدة من المنشآت السياحية نذكر منها :

1- الفنادق:

1-1- تعريف الفندق:

هو عبارة عن بناية أو مؤسسة تقدم خدمات الإيواء ووجبات الطعام والشراب والخدمات الأخرى كالتسلية والترفيه إلى الجمهور المستهدف ويجب على إدارة الفندق أن تخلق علاقات طيبة مع زبائنها وهيئة كوادر فنية مؤهلة قادرة على تقديم الخدمات.³

¹ عاطف الأخرس، سميرة حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001، ص13.

² سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 39.

³ عصام حسن السعيد، إدارة المنظمات الفندقية، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2008، ص22.

1-2- خصائص الخدمات الفندقية:

تتميز الخدمات لفندقية بمجموعة من الخصائص نذكر أهمها:¹

- تعتبر الخدمة الفندقية خدمة هالكة أو قابلة للانتهاء، و يظهر هذا من خلال عدم بيع الفندق أو طاولة المطعم أو مقعد في الطائرة أو الباخرة أو القطار، ولذلك لا يمكن خزن الخدمات غير المباعة لليوم التالي.
- إن الخدمة الفندقية غير ملموسة، حيث يصعب تسليط الضوء على التسهيلات أو المنافع في الفندق أو المطعم المعين لان هذه الخدمات ربما تكون مرتبطة مع شخصية العاملين في المنشآت الفندقية و كفاءتهم .
- لا يمكن نقل الخدمات الفندقية إلى الزبون ويتوجب على السائح الانتقال إلى حيث توجد خدمة الضيافة أو الموقع الأثري، حيث يظهر هنا أنه لا بد من التطرق إلى التطورات الحاصلة في قطاع الفنادق.
- تعتبر الخدمة الفندقية خدمة متغيرة الخواص، من خلال الخدمة التي تقدم للزبون ربما تكون مختلفة من الخدمة التي تقدم للزبون آخر يسكن في غرفة أخرى في الفندق نفسه.
- يجب على المتفعم من الخدمة المساهمة للحصول على الخدمة من مقدمها أو موردها في الزمان والمكان المحددين.
- يجب على مؤسسة الضيافة توفير الدليل المادي الملموس المتمثل في المعدات والأثاث والمساعد وأجهزة الهاتف والفاكس والانترنت
- إن الخدمة الفندقية تتسم بالتذبذب وعدم الاستقرار، ويظهر هذا في حالتي الطلب والعرض على الخدمات الفندقية، ففي حالة الطلب العالي لا تتوفر لهذه المؤسسات الإمكانيات الكافية من الطاقة الاستيعابية المعروضة للبيع تبقى فارغة أي غير مباعه بسبب كساد الطلب.

1-3- أنواع الفنادق :

هناك أنواع كثيرة للفنادق منها² :

- 1-3-1- فنادق المدن: تقع في المدن الكبرى و المتوسطة و تقع دائما داخل حدود البلدية، تتراوح خدماتها من الدرجة الممتازة إلى الدرجة الثالثة، كذلك أسعارها مختلفة حسب الدرجات .
- 1-3-2- فنادق المطارات: وهي الفنادق التي تقع قرب المطارات الكبيرة و المهمة بالعالم، وتتراوح درجاتها من الدرجة الممتازة إلى ثلاث نجوم، وتقوم بتقديم خدماتها للمسافرين عن الجو، أو في حالة تعطل الطائرات، وأغلبها مخصص لإيواء المرضى عن طريق الجو.

¹ عصام حسن السعيد، إدارة المنظمات الفندقية، المرجع السابق، ص 26.

² نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 25.

- 1-3-3- الموتيلا: وهي الفنادق المخصصة للمسافرين عن طريق السيارات الخاصة و الباصات، وتقع على الطرق البرية السريعة و تكون دائما أسعارها مناسبة وخدماتها متوسطة .
- 1-3-4- المنتجعات: وهي عبارة عن فنادق أو قرى سياحية تقع في المناطق لطبيعية قرب الجبال أو البحيرات أو الأنهار... إلخ و على الأغلب تكون درجاتها عالية و أسعارها كذلك عالية، و تكون فترة إقامة السواح فيها طويلة و موقعها دائما خارج المدن .
- 1-3-5- فنادق السواحل: وهي الفنادق التي تقع على السواحل المهمة و المشهورة بالعالم، و تمتاز دائما بـ كبير حجمها و تنوع خدماتها، و درجاتها تكون من المتوسطة إلى الدرجات العالية.
- 1-3-6- بيوت الشباب: وهي عبارة عن دور إقامة وإيواء للشباب و طلبة الجامعات، و تكون خدماتها بسيطة و أسعارها رخيصة وهي مخصصة دائما للشباب.
- 1-3-7- الفنادق المتحركة: وتنقسم إلى:
- الفنادق العائمة: وهي عبارة عن السفن و البواخر التي تحتوي على غرف للنوم و مطاعم و مسابح، و تكون أسعارها عالية و خدماتها ممتازة، و تشمل الإقامة لعدة أيام لحين انتهاء الرحلة البحرية .
 - الفنادق البرية المتحركة: وهي عبارة عن غرف تكون موجودة في القطارات و الباصات، أو تكون على شكل سيارات كبيرة فيها غرف مخصصة للنوم، تتراوح أسعارها من الغالية إلى المتوسطة .
 - الفنادق الطائرة: توجد في الطائرة مقاعد على شكل أسرة لراحة المسافرين و تكون مرتفعة الثمن.
- 1-3-8- الفنادق العلاجية: وهي الفنادق التي تقع قرب الحمامات الكبريتية أو المعدنية، و تكون دائما خدماتها متكاملة و أسعارها عالية، و تستعمل للعلاج و النقاها خاصة بالنسبة للسياحة العلاجية.
- 1-3-9- الفنادق الرياضية: وهي الفنادق التي تقع قرب الملاعب الكبيرة، أو تقع قرب مراكز التزلج على الجليد، تتراوح خدماتها و أسعارها من المتوسطة إلى العالية، و تكون مخصصة للسياحة الرياضية.
- 2- المرشدون السياحيون:

2-1- تعريف المرشد السياحي:

هو الشخص الذي يقوم بالرحلة أو الشخص ذو القدرة والعلم بمنطقة معينة والذي عليه بإخبار الناس بكل ما يعلم عن هذه المنطقة أو المكان، و يستخدم هذا المصطلح خارج صناعة الإرشاد في وصف الأشخاص الخبراء الذين يقومون بإرشاد الناس و يشمل ذلك مدير الرحلة، المعلم، المترجم .

فالمرشد يقوم بكثير من الأعمال في كل الأماكن التي يتواجد بها أو التي يقوم الزائرون بزيارتها¹.

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2003، ص48.

2-2- الأشكال المختلفة لعمل المرشد السياحي¹:

- معلم: حيث يقوم بنقل المعلومات للزوار وذلك من خلال التفهم والتفأول والقدرة على حث الآخرين للتعلم بأنفسهم.
- مضيف: وهو الشخص المرافق ذو الحديث الرائع.
- مدير الرحلة: من المهام التي تساعد المرشد في تأدية الرحلة بسهولة للسفر في خارج حدود بلاده.
- ممثل العلاقات العامة: وهو المرشد لبلده، والذي يجب أن يكون نموذجاً مشرفاً لها وقد يرقى دوره لأن يكون سفيراً لبلده.
- مشرف الرحلة: أي المشرفين على الرحلة لتسهيل وصول الزائرين للمكان المناسب.
- مصمم البرامج السياحية: وذلك من خلال قدرة المرشد السياحي على تصميم برامج للرحلات والإرشاد في نفس الوقت.

2-3- أنواع المرشدين²:

- ❖ المرشد المحلي .
- ❖ المرشد الذي يعمل لدى الحكومة.
- ❖ السائق المرشد .
- ❖ مرشد العمل.
- ❖ مديرو الرحلات السياحية .
- ❖ المرشد المغامر.
- ❖ المترجمين للسياحة .
- ❖ المرشد المطوع للعمل.

3- المكاتب السياحية:

3-1- تعريف المكتب السياحي:

هو عبارة عن وسيط بين الجهات التي تقوم بتقديم المنتج السياحي من جهة وبين السائح من جهة أخرى مقابل الحصول على أجر معين كعمولة مثلاً³.

3-1- أهم الأعمال التي يقوم بها مدير المكتب السياحي⁴:

✓ تحديد الأهداف.

¹ عصام حسن السعيد، الدلالة و الإرشاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 40.

² المرجع نفسه، ص 41.

³ عاطف الأخرس ، سميرة حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

⁴ المرجع نفسه، ص 16.

- ✓ وضع الخطط والبرامج والسياسات الكفيلة بتحقيق الهدف .
 - ✓ إعطاء حلول للمشاكل الإدارية التي قد تحدث أثناء التنفيذ .
 - ✓ يساعد على تأمين السير الطبيعي للعمليات الإنتاجية .
 - ✓ توجيه و إعطاء الأوامر للإدارات و الأقسام الأخرى .
 - ✓ مساعد المكتب يقوم بمعظم الأعمال التي يقوم بها مدير المكتب.
- أما أهم العمليات الإدارية التي تقوم بها الإدارات والأقسام المختلفة في مكاتب السياحة والسفر هي¹:

- ❖ قيادة الشركة وملاحقتها.
- ❖ توفير الخدمات السياحية المثالية.
- ❖ تقديم الخدمات للزبائن.
- ❖ الرقابة على نوعية الخدمات المقدمة .
- ❖ دراسة السوق السياحي ومعرضات المنافسين في هذا السوق .
- ❖ اختيار وتطوير طاقم العمل.
- ❖ تحديد الأجور و المكافآت.
- ❖ عمليات اتخاذ القرارات والعمليات التخطيطية.
- ❖ عمليات مالية ومحاسبة.
- ❖ عمليات إدارية مكتبية.

4- المطعم السياحي:

4-1- مفهوم المطعم السياحي:

تعني عبارة (المطعم السياحي) مرفق مصنف سياحيا حسب تعليمات الدولة ويقدم خدمات الطعام والشراب ويمكن أن يقدم خدمات ترويجية ورياضية وفنية لرواده داخل المطعم أو خارجه لقاء مقابل، ويشمل هذا التعريف الاستراحات السياحية، المنتزهات السياحية، ومدن التسلية والترويج السياحي، النوادي الليلية، الكافيتريات².

و يترتب على إدارة المطعم السياحي ما يلي³:

- إشهار قوائم الأسعار للطعام والشراب في مكان بارز على مدخل المطعم وتقديم لوائح طعام تبين أنواعه وأسعاره لاطلاع الزبائن عليهما.

¹ آسيا محمد إمام الأنصاري، إدارة المنشآت السياحية، ص 46.

² زيد منير سلمان، إدارة وتصنيف المطاعم السياحية وآلية عملها، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 13.

³ المرجع نفسه، ص 14.

- تزويد كل زبون بفاتورة وتدرج فيها جميع أصناف المأكولات والمشروبات والخدمات المقدمة له وأسعارها بشكل واضح .

- إلزام العاملين في المطعم السياحي بارتداء زي خاص كل حسب طبيعة عمله .

- إعلام المسؤولين عن أي تعديل في الاسم التجاري للمطعم أو ملكيته.

4-2- أنواع المطاعم السياحية¹:

❖ المطاعم الكلاسيكية.

❖ مطعم الاختصاص.

❖ مطعم الشوى.

❖ مطعم الخدمة الذاتية.

5- شركات الطيران²:

إن شركات الطيران مثلها كمثل الشركات الأخرى والمصانع لها حاجة ماسة لكوادر إدارية وفنية مدربة ومؤهلة تجعلها قادرة على النمو والاستمرار ومواجهة المنافسة ومواكبة تطورات العصر المتلاحقة من اجل تحقيق الأهداف المرجوة.

المواصفات التي يجب أن يتحلى بها العاملين في شركات الطيران: حيث من الأفضل أن يكون للعاملين خبرة في هذا المجال، ولهم القدرة على الاتصال والتجارب والتفاهم مع العملاء، وكذلك العاملين بالمؤسسة، بالإضافة إلى المهارة الإدارية والإلمام بكافة العمليات التي يزاولها.

بالإضافة إلى ما تقدم يجب على العاملين في شركة الطيران القدرة على القيام بما يلي³:

✓ القدرة على إعداد ترتيبات السفر وعمل رحلة سياحية منظمة متكاملة.

✓ التحقق والحصول على الأسعار المناسبة .

✓ القدرة على استنباط المعلومات واستخدام المطبوعات والمنشورات السياحية .

✓ التركيز على تدريب ومدى توفر الأدلاء السياحيين .

✓ تقديم الاستشارة والنصح بطريقة مخلصه إلى العملاء .

✓ العمل على تثقيف العاملين بمكاتب شركة الطيران .

✓ المعرفة التامة بإجراءات تحويل العملة المحلية إلى صعبة وبالعكس.

¹ عبد الكريم حافظ، الادارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص94.

² آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص ص121.

³ المرجع نفسه، ص 125.

- ✓ المعرفة التامة بحسابات الكلف والإعلانات والسوق لغرض معرفة مدى ربح الرحلة .
- ✓ قابلية الموظفين على ممارسة الاتصالات الشخصية والتحريرية بين العملاء وبين المكتب من جهة وبين المكتب والشركات الأخرى من جهة ثانية.
- ✓ عمل شركة الطيران تعتمد على السمعة الجيدة والعلاقات العامة والأخلاق في العمل .

المبحث الثالث: الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة إلا أن الدلائل العملية وتجارب الدول في العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الهام الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية. بمفهومها الشامل في اقتصاديات الدول، وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عالميا من جانب الحكومات والخبراء، حيث الإصرار على أن الدولة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي فيها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية، فأصبح كثير من الدول تعمل على تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي .

المطلب الأول: استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التقنيات التكنولوجية

يعد القطاع السياحي من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني فهو يساهم في زيادة إيرادات الدولة من النقد الأجنبي بالإضافة إلى نقل التقنيات التكنولوجية و نبين هذا من خلال:

1- استقطاب رؤوس الأموال:

من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة¹.

ويمكن تلخيص أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي²:

✓ مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق، القرى السياحية...).

✓ المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.

✓ فروق تحويل العملة.

✓ الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية و التكميلية) بالإضافة إلى الإنفاق

على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

✓ الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

2- نقل التقنيات التكنولوجية:

تعتبر عملية نقل التكنولوجيا خاصة عن طريق الشركات الأجنبية من أحد الموضوعات المثيرة للجدل و يدور هذا الجدل عادة حول عدد من المحاور الرئيسية هي³:

¹ آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، المرجع السابق، ص 27.

² نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 15.

³ المرجع نفسه ، ص 15.

- مدى تلائم المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغيرات البيئية داخل الدولة، مثل مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة المختلفة للإنتاج، طرق تقديم وتسويق المنتج ومدى تلاؤمها مع المعتقدات والقيم الثقافية والروحية والخدمات المرفقية.
 - تكلفة التكنولوجيا، الآثار المرتقبة على العمالة وعلى ميزان المدفوعات... الخ.
 - الآثار السلبية على المشروعات الوطنية.
 - الآثار السلبية على استقلال الدولة.
- بدون التعرض لتفاصيل الجدول الدائر حول المحاور السابقة يمكن القول أن السماح للشركات الدولية من الدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي من خلال عدة طرق¹:

- ✓ نقل فنون وأنظمة الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية .
- ✓ إدخال تجهيزات (آلات-معدات...) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية .
- ✓ تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة.
- ✓ القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.
- ✓ القيام بأعمال التنقيب عن الآثار وترميمها.

المطلب الثاني: توفير فرص العمل وتكوين علاقات بين القطاعات الاقتصادية

تعتبر البطالة من أكبر المشاكل التي يساهم القطاع السياحي في الحد منها، بالإضافة إلى أنه يساهم في زيادة الترابط فيما بين مختلف القطاعات و يظهر ذلك فيما يلي:

1- توفير فرص العمل:

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية توفيراً لفرص العمل حيث أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، وذلك لكونها تعتمد بالدرجة الأولى على الموارد البشرية، وكذلك لتشعب هذه الصناعة وتداخلها مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، كقطاع التشييد والقطاع الصناعي والزراعي، قطاع البنوك، التأمين، والقطاعات الخدمية الأخرى. وللسياحة تأثيرات على العمالة تتمثل فيما يلي²:

- ✓ بالنسبة للفنادق توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة.

¹ آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² مليكة حفيف شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية - حالة الجزائر - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2004، ص 168.

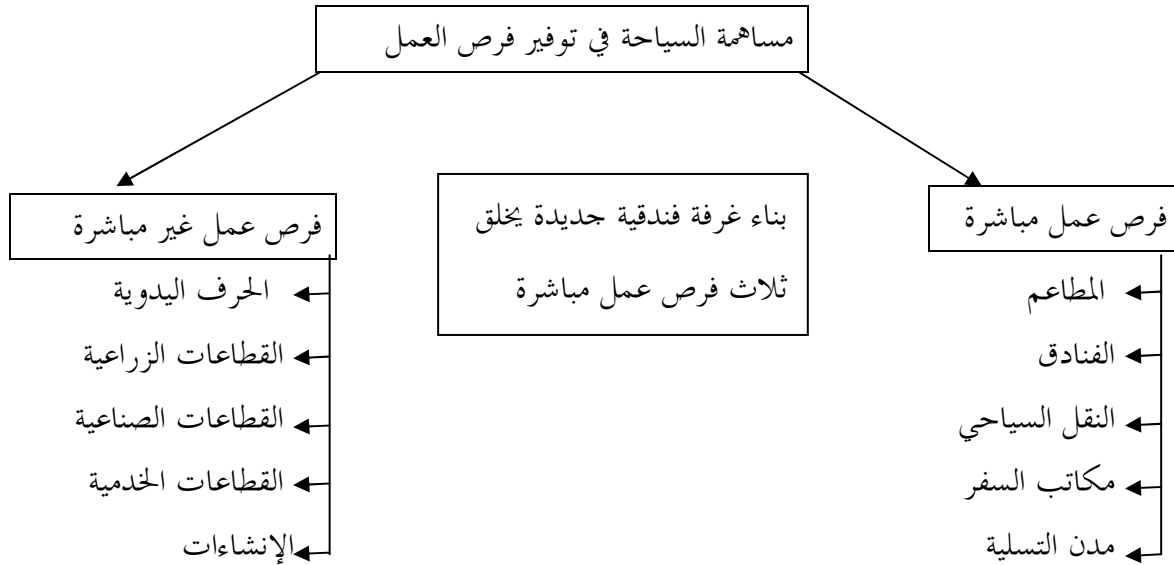
- ✓ بالنسبة لباقي النشاطات السياحية توفر وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقية.
- ✓ بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة، تنشأ وظائف بنسبة 100% من الوظائف التي توفرها الفنادق. والحصلة النهائية أن السياحة تخلق 2.75 وظيفة لكل غرفة، فإذا كان لانباز 100 غرفة فندقية جديدة فان عدد الوظائف المترتبة على ذلك يكون في حدود 275 وظيفة جديدة مباشرة وغير مباشرة.
- ✓ المعروف أن الخدمات أقل الأنشطة تأثيراً بالآلية بعكس الزراعة والصناعة، فان الحاجة للمنافسة تتطلب الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة مما يؤدي إلى الاستغناء عن الكثير من العمالة مثل اليابان التي لديها مصانع كثيرة تدار بالإنسان الآلي، إلا أن الآلية في قطاع السياحة غير ممكنة، فهي تعتمد على اليد العاملة إلى حد كبير¹.
- ✓ السياحة صانعة فرص عمل كثيرة لأن تكلفة فرص العمل في السياحة أقل تكلفة من فرص العمل في الصناعة، والدراسات تشير إلى أنه مقابل 5 فرص في السياحة يوجد 4 فرص في الصناعة².
- إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى مرفقية، خدمات تكميلية وأساسية، وصناعات في خدمة السياحة يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، كما يترتب على زيادة فرص العمل ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغير ذلك من الآثار أو المنافع الأخرى، الذي يمكن أن يؤدي انخفاض معدل البطالة إلى تحقيق درجة عالية من السلام الاجتماعي ويزيد ثقة الجماهير في القيادة، وهناك نوعان من فرص العمل³:
- العمالة المباشرة: وتمثل في الأفراد العاملين في المنشآت المرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي مثل الفنادق، إذ إنشاء فندق سياحي يتسع لـ 200 سرير ومطعم، ومقهى لـ 300 مكان يتطلب خلق 60 منصب شغل دائم، ضف إلى ذلك المطاعم والرحلات السياحية والنقل والمكاتب السياحية.
- العمالة غير المباشرة: ويبدأ ذلك انطلاقاً من التفكير في إنشاء مشروع سياحي، فاللجوء إلى المهندسين المعماريين أو مقاولات البناء في حد ذاته يد عاملة منشأة، بالإضافة إلى فرص العمل التي توفرها مئات الصناعات المغذية لصناعة السياحة حيث تزودها بمختلف المنتجات التي تحتاج إليها المنشآت السياحية من مختلف أنواع الطعام والشراب وكذلك تجهيزات الإقامة... الخ فالسياحة إذن تخلق مناصب عمل بداية من الدراسة الأولية إلى عملية البناء والتهيئة وحتى تأثيث المنشآت السياحية وتجهيز المشاريع.

¹ ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 97.

² المرجع نفسه، ص 97.

³ بودفار نزيهة وآخرون، دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قالة، 2009-2010، ص 66.

شكل رقم 06: مساهمة السياحة في توفير فرص العمل



المصدر: إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص222.

2- تكوين علاقات بين القطاعات الاقتصادية:

من الممكن أن يؤدي التوسع في إنشاء المشروعات السياحية أو تطوير المشروعات الحالية 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 على¹:

- توسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية و خدمية أخرى لمقابلة الزيادة بافتراض زيادة عدد السائحين.

- زيادة الطلب على الموارد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات.

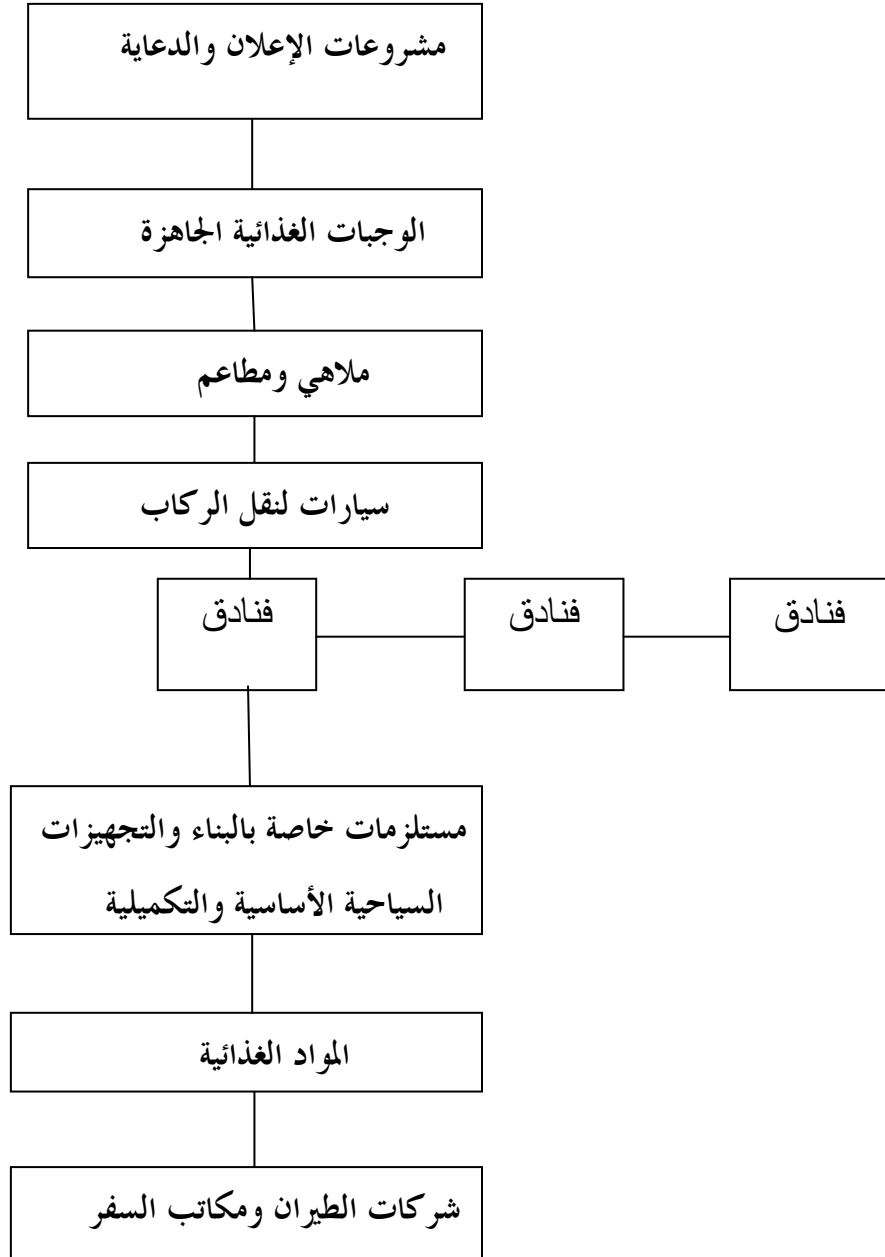
- زيادة في الطلب على الأسرة و ملحقاتها.

كل هذا من شأنه أن يؤدي إلى دخول موردين جدد أو إنشاء مشروعات جديدة لتزويد الفنادق بمثل هذه المستلزمات أو توسع أنشطة و حجم الأعمال الخاصة بالموردين الحاليين².

¹ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 28.

² آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص29.

شكل رقم 07: التكامل بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى
تكامل رئيسي نحو السوق



تكامل رئيسي نحو المواد الخام

المصدر: نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 18.

إن تكامل العلاقات الاقتصادية بين المشروعات السياحية و الأنشطة الاقتصادية الداخلية و الخدمات الأخرى، لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية و الاجتماعية المتوقعة لتطوير النشاط السياحي و تنميته في خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين القطاعات الاقتصادية الأخرى، و من هذه العلاقات مايلي¹:

- توفير فرص عمل جديدة.
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية و تنويع استخدامها في مشروعات جديدة.
- ارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات السيادية و الضرائب و غيرها.
- تشجيع و تنمية تطوير و توسع القطاعات الخدمية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي .
- استغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها.
- زيادة مقدرة الحكومة على خلق فرص جديدة للعمالة عن طريق إنشاء مشروعات اقتصادية جديدة.
- الاعتبار المهمة في تحقيق التكامل المشار إليه سابقا تتمثل فيما يلي:
- سياسات الدولة في التصدير والاستيراد فكلما قلت درجة تحكم و رقابة الدولة مثلا على الاستيراد قد يؤدي ذلك إلى ارتفاع ميل المشروعات السياحية لاستيراد المستلزمات الخاصة بالخدمات والتجهيزات الأساسية والتكميلية، بدلا من شرائها من الداخل، و هذا يساعد على تنمية المشروعات الوطنية والعلاقات الاقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى وميزان المدفوعات، ويقلل من حصيلة الدولة من العملات الأجنبية.
- إن نجاح قطاع السياحة في تحقيق التكامل بينه وبين القطاعات الاقتصادية والخدمية الأخرى يتوقف على مدى قدرة الأخيرة في تلبية الاحتياجات المختلفة للأول من حيث الجودة و الكمية... الخ.
- في حالة دخول الشركات الأجنبية في مجال الاستثمار في القطاع السياحي يجب أن يراعى ألا يؤدي وجود هذه الشركات إلى اختفاء المشروعات السياحية الوطنية الصغيرة، و تشجيع استثمار رأس المال الوطني.

المطلب الثالث: تحسين في ميزان المدفوعات وزيادة الناتج القومي

تمثل السياحة أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات و هي من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج القومي و هذا ما سنبرزه فيما يلي:

1- تحسين في ميزان المدفوعات:

يمكن تعريف ميزان المدفوعات بأنه السجل الأساسي المنظم والموجز الذي تدون فيه كافة المعاملات الاقتصادية التي تتم بين حكومات ومواطنين ومؤسسات محلية لبلد ما مع مثيلاتها لبلد أجنبي خلال فترة معينة عادة سنة واحدة².

وتأخذ السياحة مكانها في هذا الميزان وضمن الصادرات غير المنظورة، نظرا لما تجلبه من عملات أجنبية.

¹ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 29-30.

² عرفان تقي الحسيني، التمويل الدولي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 1999، ص 115.

فهي تساهم في التحسين من وضعية ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، وذلك نتيجة لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستمرة في المشروعات السياحية، وكذا الإيرادات السيادية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين كما يتحقق هذا التحسن نتيجة الاستخدامات الجديدة للموارد الطبيعية والعلاقات الاقتصادية التي تنشأ بين القطاعات الاقتصادية وقطاع السياحة¹.

ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي، أو ما يعرف بالحساب الخارجي السياحي، والذي يجمع بين الإيرادات والنفقات السياحية المحققة، أي مصاريف السياح الأجانب داخل الدولة ومصاريف السياح الوطنيين خارج بلادهم، والفرق بينهما في هذا الحساب يمثل الرصيد، وهذا الأخير هو الذي يعكس مدى مساهمة وتأثير القطاع السياحي على ميزان المدفوعات، فإذا كان الرصيد موجبا فهذا يعني أن القطاع السياحي يساهم في زيادة فائض أو تقليص العجز في ميزان المدفوعات، أما إذا كان الرصيد سالبا فهذا يعني أن مساهمة القطاع السياحي تكون في خفض الفائض أو زيادة العجز في ميزان المدفوعات².

وفيما يلي نموذج عن الحساب الخارجي السياحي:

جدول رقم 01: الميزان السياحي

القيمة	جانب الدين	القيمة	جانب الدين
	- مصروفات المواطنين بالخارج - البضائع المستوردة من مأكولات وغيرها - النقل (نصيب الشركات الأجنبية من سفر المواطنين للسياحة بالخارج) - التحويلات من العاملين الأجانب من عملهم بالداخل. - المصروفات على الدعاية السياحية الوطنية والإعلانات السياحية بالخارج.		- الإيرادات السياحية - الصادرات (السلع والمعدات السياحية) - النقل (نصيب الشركة الوطنية والملاحة من النقل للسياحة) - العائدات من الاستثمارات السياحية بالخارج - التحويلات من العاملين الوطنيين بقطاع السياحة بالخارج. - السياحة في الداخل - المصروفات على الدعاية
	المجموع		المجموع

المصدر: محمد عز الدين، التطور السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم المالية، جامعة الجزائر، دفعة 2002-2003، ص 24.

¹ قويدر لويذة، السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2003، ص 107.

² المرجع نفسه، ص 108.

وتعتبر السياحة أكبر بند من بنود التجارة الدولية، فهي تعمل على إنعاشها وتوسيع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج لأنه كلما زادت موارد الدولة من العملات الأجنبية نتيجة للسياحة، فإن قدرته تزداد على التعاقد مع الخارج وسداد ديونها الخارجية¹.

ولزيد من الإيضاح لاستخدام السياحة كعنصر فعال في دعم ميزان المدفوعات في الدول النامية يمكننا القول أن²:

- فرص المنافسة قليلة في الصادرات السلعية حيث أن الدول النامية لا تستطيع التنافس مع الدول المتقدمة في هذا المجال، حيث أن الدول الأخيرة تضم إمكانيات كبيرة في مجال السلع المصنعة تفوق الدول النامية.

- أن أسعار المنتجات السياحية في الدول النامية يمكنها التنافس مع أسعار المنتجات في الدول المتقدمة وذلك لأنها تضم إمكانيات كبيرة في مجال صناعة السياحة، في الوقت نفسه الذي تملك فيه كثير من هذه الدول النامية إمكانيات سياحية جاذبة عديدة.

- معدل التغيير بالنسبة لصناعة السياحة ضئيل بالنسبة للصناعات الأخرى. فالتطورات التي تحدث في إنتاج السلع سريعة و متلاحقة ويجب ملاحظتها أولاً بأول، أما في السوق السياحي فإن الأمر يختلف حيث يكون معدل التغيير أقل، وهذه النقطة لها أهمية كبرى وتلاءم أوضاع الدول النامية.

2- زيادة الناتج القومي:

عندما يحدث الإنفاق السياحي، فإن هذا الإنفاق قد يؤثر على الاقتصاد القومي من نواحي متعددة، فعندما يدفع السائح مبلغاً من النقود مقابل الخدمات التي حصل عليها (كالإقامة والنقل والمواصلات، شراء السلع... الخ. فإن هذا المبلغ يعتبر دخلاً لمن حصل عليه³.

أو بصورة أخرى يمثل هذا الإنفاق انتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات السياحية بشكل دخول، قسم من هاته الدخول يتسرب في شكل ادخار أو كتحويلات للخارج أو كاستثمارات في إنشاء مشاريع جديدة خاصة بإنتاج المستلزمات الخدمية والسلعية المختلفة للفنادق. والقسم الثاني يعاد ضخه في الاقتصاد وذلك بشراء السلع والخدمات أو دفع الأجر للعاملين بالمنشآت والمشروعات السياحية، وهنا تتم الدورة الأولى للإنفاق، وتستمر العملية لتشكّل لنا عدة دورات⁴، وهذا ما يفسر اقتصادياً بالمضاعف (مضاعف

¹ علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 130.

² أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2008، ص 107-108.

³ نبيل الروبي، مجموعة الدراسات السياحية نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1991، ص 46.

⁴ أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1999، ص 23.

الإنفاق) وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن زيادة الدخول الناتجة عن الإنفاق السياحي لا تستفيد منه المنشآت السياحية فقط، وإنما يتعداه ليشمل قطاعات أخرى في الاقتصاد الوطني، نظرا للترابط الوثيق بين مختلف القطاعات الوطنية. وزيادة الإنفاق فيها يؤدي بالضرورة إلى زيادة الدخل، الذي يؤدي بدوره إلى ارتفاع معدل الإنفاق على السلع الاستهلاكية، وارتفاع معدل الادخار الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمار، ومن المسلم به أن كل استثمار جديد يولد إنفاقا، وكل إنفاق ينشئ دخولا وهذا ما يساعد على تنمية وزيادة الدخل القومي¹.

¹ نبيل الروبي، مجموعة الدراسات السياحية نظرية السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 48.

خاتمة الفصل:

السياحة عبارة عن نشاط مهما تعددت تعاريفه إلا أنه ظاهرة تتعلق باستغلال أوقات الفراغ عند البشر بسفرهم إلى بلاد أخرى خارج وطنهم أو داخله، و تعد صناعة السياحة صناعة مركبة تتكون من عدة عناصر طبيعية و بشرية و حضارية، و هذا ما أضفى عليها خصوصية من حيث اتساع مفاهيمها و تعدد أنواعها و هياكلها و أنشطتها التي تميزها عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى. و يحتل قطاع السياحة مكانة هامة في الاقتصاد فيإمكانه المساهمة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية لأي بلد .

الفصل الثاني:

البنوك كأداة تمويلية للقطاع السياحي

مقدمة الفصل:

تعتبر البنوك من أهم المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها على قبول الودائع ومنح الائتمان، والبنك بهذا المفهوم يعتبر وسيطا بين أولئك الذين لديهم أموالا فائضة وبين أولئك الذين يحتاجون لتلك الأموال. ولما كانت الموارد المالية تمثل الشريان الحيوي لمجمل المشاريع الاستثمارية ذات الطبيعة التوسعية الاستبدالية والإبتكارية، فإن أكبر المشاكل التي تواجهها هذه المشاريع هو مشكل الحصول على الموارد المالية اللازمة لإقامتها أو إعادة بعثها وعلى غرار ذلك نجد المشاريع السياحية هي الأخرى تعاني نفس المشكل، و تبحث عن مصادر مختلفة لسد احتياجاتها من الموارد اللازمة، و من بين هذه المصادر نجد البنوك من خلال القروض التي تمنحها إلى مختلف العملاء سواء بالنسبة للاستثمارات أو مختلف عمليات الاستغلال، وقبل القيام بعملية التمويل فهي تقوم بدراسة كل جوانب المشروع لضمان الحصول على عائد من تمويل المشروع. إن المشروعات الجديدة أو التوسعات في المشروعات القائمة تقوم على دراسة الجدوى الاقتصادية التي تعتمد على مجموعة من القرارات والتي يكون من بينها قرارات تتعلق بمصادر الأموال، فهي وسيلة لإقناع مراكز وهيئات التمويل بتقديم الوسائل المناسبة والشروط الملائمة.

المبحث الأول: ماهية البنوك

إن زيادة المؤسسات وتوسع حجمها وتنوع نشاطها أدى إلى احتياجها إلى النقود، الذي كان له أهمية كبيرة عند المنشآت المالية التي توفر هذا النقد كسيولة وذلك عبر مختلف الأزمنة. حيث تعددت نشاطات البنوك بشكل كبير بحيث تتناول عمليات إقراض الأفراد وكذا الحكومات، وبهذا تم إنشاء بنوك لتداول الأموال .

المطلب الأول: مفهوم البنوك

وردت عدة تعاريف للبنك منها:

إن البنك كلمة بنك بنكو BANCO أصلها إيطالي ومعناها مصطبة BANC" وهي المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، ثم تطور المعنى ليصبح المنضدة CORNPTION" وهو الموضع التي يتم فيه عملية المتاجرة بالنقود¹.

أما بالعربية فيقال : صرف، صارف واصراف الدنانير بدرهم أو دنانير سواها والصراف و الصيرف، والصيرفي جمعها صيارفة هو يباع النقود بنقود غيرها، والصرافة أو الصيرفة هي حرفة الصراف، والمصرف هي كلمة محدثة جمعها مصارف وتعني المؤسسة المالية التي تتعاطى الاقتراض والإقراض.

ويمكن تلخيص كلمة بنك ببضع كلمات، هو يقبل الأموال من الذين لديهم الأموال الفائضة عن حاجتهم، وبذلك يكون مدينا لهم بقيمتها ويعيد تقديمها لآخرين يحتاجونها لكي يستفيدوا منها وبذلك يكون دائنا لهؤلاء الآخرين بقيمتها " وهكذا فإن البنك يتاجر حقيقة بالديون. إذن باختصار فهو يستلم ويسلم الأموال².

كما يعرف على أنه " مؤسسات وسيطة تعمل على تعبئة الموارد المالية من النقود والأدوات الاستثمارية وتحويلها من أصحاب الفوائض ما بين الفوائد التي تتحملها هذه المؤسسات والفوائد التي تحصل عليها عند الإقراض³.

كذلك هو عبارة عن "تلك المنظمة التي تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا تتعارض مع مصلحة المجتمع، وبما يتماشى مع التغير المستمر في البيئة المصرفية⁴.

يمكن تعريف البنك على أنه " مؤسسة مالية تدخل وتخرج منه الأموال حيث تدخل على شكل ودائع مع الأفراد والمؤسسات الذين لديهم فوائض مالية ويرغبون في إدخالها، وتخرج على شكل قروض للأفراد والمؤسسات الذين لديهم احتياجا وعجز مالي.

¹ شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الدار الجامعية، 1988، ص 54.

² عبد الحق بوعتروس، الوجيز في البنوك التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، ص 06.

³ هويشار معروف، تحليل الاقتصاد الكلي، دار الصفاء للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 250.

⁴ محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء للنشر والطباعة، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007، ص 20.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف البنك

1- أهمية البنوك:

للبنوك أهمية فعالة في الحياة الاقتصادية، إذ أنها توفر الأساليب التي تؤدي إلى تبسيط وزيادة المبادلات باستعمال مختلف وسائل الدفع والتقنيات، وتكمن أهمية البنوك من خلال العناصر التالية¹:

1-1- أهمية البنوك في التبادل وتوجيه الادخار نحو الاستثمار:

إن البنك يفيد من جهة ويستفيد من جهة أخرى، فهو يفيد النشاط الاقتصادي عندما يرجع أو يعيد ودائع المودعين فيحرر رأس المال ويزيد من إنتاجه، كما يستفيد البنك عن طريق حصوله على العملات والفوائد من قنوات تسير وإدارة القروض.

وللبنك أهمية كبيرة لتوجيه الادخار نحو الاستثمار، فتراكم رأس المال سواء كان ملموسا كالمعدات والآلات، أو غير ملموس كالترقية والتكوين والتدريب، لا يتم إلا نتيجة الادخار، وهذا الأخير يمكن أن يكون ادخارا فرديا (فائض الدخل) أو ادخار مؤسسة (أرباح متراكمة) وادخار حكومي، كل هذه المدخرات تمثل أموالا كبيرة يتطلب توجيهها نحو الاستثمار.

1-2- أهمية البنوك في تطوير سوق رأس المال:

تعتبر البنوك من أهم المتعاملين في سوق رأس المال نظرا لأن تنشيط هذا السوق يمكن من زيادة الخدمات المصرفية، التي تؤديها هذه البنوك لخدمة الأوراق المالية، كالتمويل والشراء والبيع والاستبدال، ويمكن للبنوك أن تساهم في تطوير سوق رأس المال من خلال القيام بما يلي²:

- التوسع في الإقراض للأفراد والمشروعات بضمان أوراق مالية مما يمكن من رفع درجة سيولة الأوراق المالية ويجعلها أكثر جاذبية خاصة لصغار المستثمرين.
- المشاركة في تقديم التمويل اللازم للمشاريع الضخمة عن طريق المشاركة في منح القروض المجمعة التي تحتاج إليها الشركات الصناعية وشركات النقل والشركات السياحية والعقارية، إذ تحتاج مثل هذه المنشآت إلى أموالا ضخمة لا يستطيع بنك واحد أن يقدمها.
- إنشاء صناديق الاستثمار بما تتولى توظيف أموال صغار المستثمرين في الأوراق المالية، وبالتالي يزداد الطلب على الأوراق المالية وينشط سوقها.
- المساعدة على تنفيذ المشروعات الكبيرة بإصدار الكفالات بالنيابة عن المقاولين من أجل تسهيل قيامهم بعملهم دون تجميد رأس المال اللازم لضمان قيامهم بالتنفيذ.

¹ هشام جبر، إدارة المصارف، جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2008، ص 14.

² الدسوقي حامد أبو زيد، إدارة البنوك ج 1، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر، 1999، ص 145.

- المساعدة في الإمداد بالمعلومات عن الأوراق المالية المتاحة بالسوق وتقييمها، وكذلك توقع حركتها (زيادة أو نقص)، وهذا من شأنه أن يزيد من قدرة المستثمر وخاصة الصغير على تقييم الأوراق المالية التي تقدم للاستثمار فيها، ودعم ثقته في الأوراق المطروحة.
- القيام بالضمان والاكتتاب والترويج للأوراق المالية التي تطرحها الشركات بحيث يمكن أن يقال أن البنوك ما هي إلا (صانعة الأسواق المالية).
- التجارة في الأوراق المالية بشراء البنوك للأوراق المالية وبيعها بسعر أعلى وتحقيق ربح لحسابها، وبذلك لا تكون البنوك مجرد سمسار يشتري لحساب الغير وإنما تكون بمثابة تاجر للأوراق المالية، إذ يمكن لها أن تشتري إصدار أوراق مالية للبيع بالكامل من شركة مصدرة لها أو وحدة حكومية على أمل بيعها للجمهور بسعر أعلى قليلاً، وهنا تتحمل البنوك مسؤولية تسويق الأوراق المالية التي اشترتها وكذلك مخاطر انخفاض أسعارها.
- المساهمة في رؤوس أموال المشروعات الجديدة وذلك عن طريق شراء جزء من أسهمها ثم إعادة طرح الأسهم المشتراة للتداول بعد تحقيق النجاح المنشود لهذه المشروعات.

2- أهداف البنوك:

- تم أغلب أنواع البنوك بثلاث أهداف هامة وفيما يلي نتعرض لكل منها:
- 2-1- الربحية: يتكون الجانب الأكبر من مصروفات البنك من تكاليف ثابتة لا تتأثر بحجم النشاط تتمثل في الفوائد على الودائع وهذا يعني أرباح تلك البنوك الأكثر تأثراً بالتغيير في إيراداتها، فإذا زادت إيرادات البنك بنسبة معينة انخفضت الأرباح بنسب أكبر، بل تتحول أرباح البنك إلى خسائر وهذا يقتضي من إدارة البنك ضرورة السعي لزيادة الإيرادات وتجنب حدوث انخفاض فيها، وإذا كان الاعتماد على الودائع كمورد رئيسي لموارد البنك المالية بعض الجوانب السلبية نتيجة التزام البنك بدفع فوائد عليها سواء حققت أرباحاً أم لم تحقق فإن لها ميزة هامة تتمثل في أن العائد على أموال الملكية في تمويل استثماراته فسوف يغلق أبوابه من اليوم وربما لن يفتحه على الإطلاق.
- أما الاعتماد على الودائع كمصدر رئيسي لتمويل الاستثمارات يحقق للبنك صافي الفوائد والتي تتمثل في الفرق بين الأرباح المتولدة عن استثمار تلك الودائع وبين الفوائد الموضوعة عليها، وبالطبع يذهب هذا الفرق إلى ملاك البنك مما يجعل العائد الذي يحصلون عليه أكبر بكثير من الاستثمار¹، وهذا يخلق أحياناً على صافي الفوائد بعائد الرفع المالي أو عائد المتاجرة بالملكية أو عائد ناجم عن الاعتماد على أموال الغير في تمويل الاستثمارات.

¹ منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق والمنشآت المالية، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، 1999، ص 13.

2-2- السيولة: تعني مدى سهولة التحويل إلى النقد بأقصى سرعة ممكنة وبأقل خسارة، وبناء عليه فإن البضاعة أكثر سيولة من العقارات، والذمم المدنية أكثر سيولة من البضاعة وهكذا، أما السيولة في المصارف فتعني قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المتمثلة في القدرة على مجابهة طلبات سحب المودعين ومقابلة طلبات الائتمان¹. يتمثل الجانب الأكبر من الموارد المالية للبنك في ودائع تستحق عند الطلب، ومن ثم ينبغي أن يكون البنك مستعداً للوفاء بها في أي لحظة. ففي الوقت الذي تستطيع فيه هذه البنوك تأجيل سداد ما عليها من مستحقات ولو لبعض الوقت فإن مجرد إشاعة بعدم توفير السيولة الكافية لدى البنك كفيلة بأن تزعزع ثقة المودعين وتدفعهم لسحب ودائعهم مما يعرض البنك للإفلاس.

2-3- الأمان: لا يمكن للبنوك أن تستوعب خسائر تزيد على رأس المال الممتلك، فأى خسارة من هذا النوع يغني التهام جزء من أموال المودعين وبالتالي إفلاس البنك، لذلك تسعى البنوك بشدة إلى توفير أكبر قدر ممكن من الأمان للمودعين من خلال تجنب المشروعات ذات الدرجة العالية من المخاطر والتي تعدد المناطق الجغرافية التي يخدمها البنك، لأن ذلك يؤدي إلى تباين الربائين (المودعين والمقرضين) وأنشطتهم وتباين في مدى حساسية تلك الأنشطة للظروف الاقتصادية العامة مما يوجب على المصرف تنويع ودائعه والقروض التي يقدمها، وهو ما يقلل من احتمالات حدوث مسحوبات ضخمة مفاجئة تعرض المصرف لمخاطر العسر المالي².

المطلب الثالث: أنواع البنوك، خصائصها و وظائفها

تختلف خصائص ووظائف البنوك باختلاف أنواعها، ويمكن إبرازها فيما يلي:

1- أنواع البنوك:

تختلف الدول من حيث نظمها الاقتصادية وتبعاً لذلك تختلف النظم المصرفية من دولة لأخرى، ويكون الجهاز المصرفي في أي دولة من الدول من عدد البنوك تختلف في أنواعها تبعاً لتخصصاتها، وأهم أنواع هذه البنوك³:

1-1- البنك المركزي: له دور هام فهو يقوم بالإشراف على السياسة الائتمانية في الدولة، ويصدر أوراق النقد والعمل على استقرار أسواق رأس المال ويحتفظ بحسابات لها ويسهل جميع حساباتها المصرفية.

1-2- البنوك التجارية: تقوم بقبول الودائع وتوظيف النقود بأنواعها لمدة قصيرة لا تزيد في الغالب عن السنة، ومن أهم أعمالها: خصم الأوراق التجارية، التسليف بضمان أوراق مالية أو بضائع وفتح الاعتمادات. كما تعرف على أنها " المنشأة أو الشركة المالية التي تقبل الودائع من الأفراد والهيئات (الأشخاص المعنوية) تحت الطلب أو لأجل، ثم تستخدم هذه الودائع في فتح الحسابات والقروض (الائتمان) بقصد الربح.

¹ رضا صاحب أبو حمد، إدارة المصارف، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص 13.

² منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق والمنشآت المالية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص 30.

1-3- بنوك الاستثمار: تقوم بتوظيف أموالها في المشروعات التجارية والصناعية لأجل طويل والاشتراك في إنشاء شركات، وإقراضها لمدة طويلة، وتتماثل هذه البنوك مع البنوك التجارية في قبولها للودائع والذي يمثل جزءاً رئيسياً لنشاطها¹.

1-4- البنوك الإسلامية: تقوم بقبول الودائع تحت الطلب والودائع لأجل من البنوك التجارية إلا أنها تختلف عن البنوك التجارية في طريقة توظيف الأموال، حيث أن هذه الأخيرة تعتبر فيها الفائدة أساس التعامل، في حين أن البنوك الإسلامية تعتمد على المضاربة الإسلامية (المشاركة) في توظيف أموالها².

1-5- البنوك المتخصصة: مجموعة من البنوك تخصص في تمويل قطاعات وأنشطة معينة في الاقتصاد القومي، وفق القرارات الصادرة بتأسيسها، وهي تقوم بتقديم قروض وتسهيلات طويلة الأجل لهذه الأنشطة، كما أنها بحاجة إلى خبرات خاصة ومعرفة بطبيعة العمليات المتعلقة بهذه الأنشطة³.

1-6- البنوك الشاملة: هي تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائماً وراء تنوع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات وتوظيف مواردها، وتفتح وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات، كما تعمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمتجددة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي⁴.

2- خصائص البنوك:

1-2- خصائص البنك المركزي:

البنك المركزي هو مؤسسة نقدية قادرة على تحويل الأموال الحقيقية إلى أصول نقدية، والأصول النقدية إلى أصول حقيقية، وهو كذلك المهيم على شؤون النقد والائتمان في الاقتصاد القومي⁵.

لا يتعامل البنك المركزي عادة مع الأفراد، إذ يهتم أساساً بتنظيم ومراقبة العمليات المصرفية للبنوك التجارية.

- البنك المركزي مؤسسة وحيدة ولا يمكن تصور الوحدات المصدرة للنقود مع استقلالها بعضها عن البعض الآخر، في ظل اقتصاد قومي لا يوجد إلا وحدة مركزية معينة تصدر النقود وتشرف على الائتمان.

- البنك المركزي يحتل الصدارة وقمة الجهاز المصرفي، لكونه يتمتع بسلطة رقابية على البنوك وله القدرة على خلق النقود القانونية دون سواه وجعل جميع البنوك تستجيب للسياسة النقدية التي يرغب بها.

- تعتبر البنوك المركزية مؤسسات لا تعمل من أجل تعظيم الأرباح، وإنما وجدت لتحقيق الصالح للدولة.

¹ عقيل جاسم عبد الله، النقود والمصارف، دار مجدلاوي، الأردن، 1999، ص 281.

² فليح حسن خلف، النقود والبنوك، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2006، ص 385.

³ هشام جبر، إدارة المصارف، مرجع سبق ذكره، ص 101.

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 17.

⁵ سوزي عدلي ناشر، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2000، ص ص 256-257.

- البنك المركزي مملوء من طرف الدولة، فهو مؤسسة عامة سواء بقوة القانون أو الواقع، وهذا الاتجاه يسود أغلب اقتصاديات العالم، ويرجع ذلك إلى أهمية الوظائف التي يقوم بها.
- 2-2- خصائص البنوك التجارية¹:
 - أنها أكثر المؤسسات المصرفية انتشارا، من حيث العدد والحجم.
 - تقبل الودائع الجارية (تحت الطلب) من جميع فئات المجتمع.
 - أدى قبول الودائع الجارية إلى انتشار استخدام الشيكات، مما قلل من استخدام النقود.
 - تساهم في تجميع المدخرات الصغيرة والكبيرة في المجتمع، فتلبي رغبات الفئات كافة، من حيث أهداف الادخار، فتقبل جميع أنواع الودائع.
 - يمثل رأس المال لديها نسبة بسيطة من إجمالي مواردها.
 - تمنح القروض قصيرة الأجل، لغايات التجارة أو الاستعمال الشخصي، على نحو خاص.
 - تساهم مساهمة كبيرة في إيجاد النقود، عن طريق قيامها بقبول الودائع ومنح الائتمان.
- 2-3- خصائص البنوك الإسلامية: تتميز البنوك الإسلامية ببعض الخصائص نذكر منها²:
 - عدم التعامل بالفائدة أخذا وعطاء، أي أنها لا يمكن أن تعطي فائدة مقابل الموارد التي تتحصل عليها مع المتعاملين معها، أي أصحاب الحسابات لديها وبكافة أشكالها، كما أنها لا يمكن أن تأخذ فائدة من المتعاملين معها عند استخدامها لموارد لديها، أي عند توفير الموارد التمويلية لهم.
 - الالتزام الكامل والتام بقاعدة الحلال والحرام وعند قيامها بأعمالها ونشاطها، أي أن البنوك الإسلامية ينبغي عليها تجنب المال الحرام عند حصولها على الموارد وتجميعها لديها، أي يجب أن تقتصر في تجميع الموارد هذه على المال الحلال فقط.
 - أن البنوك الإسلامية تبذل أقصى اهتمامها من أجل تجميع وتعبئة أقصى قدر من الإدارات غير المستخدمة أي المكتترة استنادا إلى الشريعة الإسلامية التي تحرم الاكتناز.
 - إن البنوك الإسلامية تتجه في جهودها نحو توفير التمويل اللازم للنشاطات الأكثر نفعاً والأكثر أهمية للفرد من جهة وللمجتمع من جهة أخرى، ومن ثم الاقتصاد ككل.
 - إن الربح لا يعتبر الهدف الأساسي الوحيد الذي تسعى البنوك الإسلامية لتحقيقه من أعمالها ونشاطها رغم أنه يبقى هدفاً أساسياً باعتبارها مؤسسات اقتصادية لأنها مؤسسات مالية.
- 2-4- خصائص البنوك المتخصصة:
 - أنها لا تقبل الودائع، وخاصة تحت الطلب منها، وقد يسمح لها بقبول الودائع الادخارية، ومن ثم فإن قدراتها المالية تعد أقل من قدرات البنوك التجارية.

¹ هشام جبر، إدارة المصارف، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² فليح حسن خلف، النقود والبنوك، مرجع سبق ذكره، ص 385.

- يقدم البنك المتخصص التمويل لقطاع معين دون غيره من القطاعات الاقتصادية ويقدم هذا التمويل على شكل قروض طويلة الأجل.
 - تعتمد في مصادر أموالها على رؤوس أموالها، أو ما يخصص لها في موازنة الدولة إن كان اقتصاده موجهاً، وكذلك على الاقتراض من الداخل أو من الخارج.
 - 2-5- خصائص البنوك الشاملة: لها خصائص تميزها عن غيرها، نذكر منها¹:
 - تنوع هيكلها من محفظة القروض والاستثمارات.
 - تطبيق الأساليب المعاصرة في إدارة أموالها وخصومها عن طريق توفيقها أسعار الفائدة لرفع العائد في السوق.
 - تجميع خبرات البنوك المتخصصة في كيان بنكي واحد والاستفادة منها .
 - التمويل من أجل التخصص المحدود.
 - التنوع مقابل التقييد.
 - الابتكار مقابل التقليد.
- 3- وظائف البنوك:

- 3-1- وظائف البنك المركزي: هناك عدة وظائف يقوم بها البنك المركزي والتي تتمثل فيما يلي²:
- إصدار النقود القانونية: يرتبط حق إصدار أوراق النقود القانونية في الدول تقريبا بنشأة البنوك المركزية، ذلك أن انتشار استخدام النقود الورقية سبب التوسع في التبادل التجاري، كما أن الحافز الأهم لغالبية الدول في إصدار التشريعات التي بمقتضاها أنشأت مصرفاً مركزياً لكل دولة بقصد تنظيم عمليات الإصدار.
 - البنك المركزي بنك الحكومة ومستشارها المالي: فمنذ أن حصلت البنوك المركزية على امتياز إصدار النقود القانونية، قامت بدور بنك الحكومة ومستشارها المالي، وتلخص خدمات البنك للحكومة فيما يلي:
 - إصدار ودفع الفوائد وتسديد قيمة القروض نيابة عن الحكومة.
 - تقديم الاستشارات المالية والنقدية إلى الحكومة لاتخاذ الإجراءات الملائمة.
 - الاحتفاظ بحسابات المصالح والمؤسسات الحكومية، حيث تودع الحكومة كل أو بعض أموالها لديه وتسدد ديونها بشيكات محسوبة عليه.

¹ آسيا سعدان، تأهيل النظام البنكي الجزائري في ظل التطورات المالية العالمية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قالمة، 2006، ص 14.

² سليمان بودياب، اقتصاديات النقود والبنوك، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1996، ص 94.

- البنك المركزي بنك البنوك: إن وجود مصرف مركزي على رأس الجهاز المصرفي يعني أنه توجد علاقة بينه وبين البنوك التجارية، تكمن في الالتزامات والحقوق المتبادلة، حيث تجر البنوك التجارية بخفض جزء أو نسبة معينة من أصولها النقدية وودائعها لدى البنك المركزي، أي أنه الوحيد الذي يشرف على السياسة التي يتخذها لتحقيق التنمية الاقتصادية.
- البنك المركزي والسياسة النقدية: يستطيع البنك المركزي أن يتحكم بالزيادة أو النقصان، حيث يؤدي إلى الأثير على وظائف النقود، وذلك من خلال تغيير كمية النقود المتداولة في السوق، وذلك بامتصاص الكتلة النقدية الزائدة في السوق النقدي.
- 3-2-2- وظائف البنوك التجارية: من أهم الوظائف التي يقوم بها البنك التجاري :
 - 3-2-1- خلق الودائع: حيث أصبحت المصارف التجارية تقاسم الدولة سلطتها في صنع النقود وذلك بخلق الودائع، وهذا ما يميز المصارف التجارية عن غيرها من مؤسسات الائتمان كمصارف الاستثمار ومصارف الادخار، والعمليات التي تخص الودائع هي ثلاثة أنواع¹:
 - ودائع مقابل نقود
 - ودائع مقابل قروض
 - ودائع مقابل شراء أوراق مالية.
 - 3-2-2- جمع الودائع: وذلك عند الحاجة إلى النقود، حيث يتم إيداعها في الحسابات بأسماء أصحابها، حيث يمكن أن تكون هذه الودائع على شكل:
 - ودائع تحت الطلب
 - ودائع لأجل
 - ودائع ادخارية
 - 3-2-3- منح الائتمان: يقوم البنك التجاري بمنح أو تقديم قروض قصيرة الأجل، التي لا تتجاوز مدته سنة واحدة، وذلك للتقليل من المخاطر (خطر عدم الإرجاع أو التسديد).
 - 3-2-4- خصم الأوراق التجارية: المتمثلة في السفتجة و السند و الشيك.

¹ محمد حسن كمال وآخرون، البنوك التجارية، دار الجيل للطباعة، بيروت، 1997، ص 27.

المبحث الثاني: إطار مفاهيمي حول التمويل

تعتبر وظيفة التمويل من الوظائف الإدارية الأهمية في مختلف المنشآت فقرار يعتبر من القرارات الأساسية التي يجب أن تعتنى بها المؤسسة، فالقرارات المتعلقة بالتمويل واختيار مصادر التمويل تعتبر من القرارات المعقدة التي ينبغي على المدير المالي الإلمام بها قبل إن يتخذ قراره.

المطلب الأول: تعريف التمويل وأشكاله

1- تعريف التمويل: هناك عدة تعاريف لعملية التمويل نذكر منها:

❖ يعتبر التمويل أداة هامة من الأدوات الضرورية للعملية الإنتاجية، والتمويل عبارة عن تدفق مالي أو سلعي بين مؤسسة التمويل والطرف المستفيد من تلك الأموال، كما يعرف بأنه توفير الأموال (السيولة النقدية) من أجل إنفاقها على الاستثمارات وتكوين رأس مال ثابت بهدف زيادة الإنتاج والاستهلاك¹.

❖ يعرف التمويل بأنه وظيفة إدارية لدى مؤسسة أو هيئة تقوم بالتخطيط أو الحصول على الأموال من مصدر التمويل المناسب لتوفير الاحتياجات اللازمة لأداء أنشطة المؤسسة أو الهيئة المختلفة وتحقيق أهدافها وطموحاتها مع العمل على تقليل مخاطر التمويل².

يعرف التمويل بأنه الإمداد بالأموال في أوقات الحاجة إليها وهذا التعريف مكون من عناصر ثلاث وهي:

✓ تحديد دقيق لوقت الحاجة له.

✓ البحث عن مصادر للأموال.

✓ المخاطر التي تعترض أي نشاط يزاوله الإنسان.

وطالب التمويل بهذا المفهوم ليس فقط الشركات بجميع أشكالها وإنما أيضا الأفراد والأسر والدول وكل شخص منا مسؤول عن التمويل، سواء كان هذا التمويل خاصا بمشروع كبير أو تدبير شؤون البيت، فإنه يواجه بصورة متوقعة للتدفقات النقدية الداخلية من المتحصلات من جهة والتدفقات النقدية الخارجية نتيجة المدفوعات من جهة أخرى، ومسؤولية الممول هي محاولة التأكد من حسن تدبير المتحصلات والمدفوعات بحيث يتيسر المال دائما للوفاء بالمدفوعات اللازمة كلما ظهرت³.

التمويل إذن عملية اقتصادية ضرورية للإنتاج والتنمية، فو يعبر عن تدفق مالي في شكل نقود بين مصادر التمويل المختلفة والنشاط المستفيد بتلك الأموال، وقد يكون الغرض من التمويل هو الاستثمار بصرف النظر عن نوع الاستثمارات إنتاجيا كان أو غير إنتاجي.

¹ عاطف وليم اندراوس، التمويل والإدارة المالية للمؤسسات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 7.

² هيثم محمد الزغي، الإدارة والتحليل المالي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 105.

³ طارق الحاج، مبادئ التمويل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص 21.

2- أشكال التمويل:

يمكن النظر إلى طرق وأشكال التمويل من عدة جوانب أهمها:

2-1- من حيث المدة الزمنية: تنقسم أشكال التمويل إلى:

2-1-1- تمويل قصير الأجل:

يقصد به تلك الأموال التي لا تزيد فترة استعمالها عن سنة واحدة كالمبالغ النقدية التي تخصص لدفع أجور العمال أو شراء بعض الاحتياجات مثل البذور وغيرها من المعدات اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية والتي يتم تسديدها من إيرادات نفس الدورة الإنتاجية¹.

2-1-2- تمويل متوسط الأجل:

يستخدم التمويل متوسط الأجل لتمويل حاجة دائمة لمشروع كتغطية تمويل أصول ثابتة أو تمويل مشروعات تحت التنفيذ والتي تستغرق عددا من السنين، أو تكون مدته ما بين سنة وخمس سنوات.

2-1-3- تمويل طويل الأجل:

وينأى من الطلب على الأموال اللازمة لحيازة التجهيزات الإنتاجية ذات المردودية على المدى الطويل، وتوجه أيضا إلى مشاريع إنتاجية تفوق مدتها خمس سنوات².

2-2- من حيث مصدر الحصول على الأموال: وينقسم التمويل وفقا لمصادره إلى نوعين هما:

2-2-1- التمويل الذاتي (الداخلي):

التمويل الذاتي هو مجموع مصادر التمويل الداخلية التي خلقتها المؤسسة بنفسها، وأعيد توظيفها فيها، ويعتبر التمويل الذاتي كمؤشر لاستقلالية المؤسسة مما يؤدي إلى تعزيز قدرتها على إصدار أسهم لزيادة رأس مالها، ويكون التمويل الذاتي عن طريق إصدار الأسهم أو باستخدام الأرباح غير الموزعة أو الاحتياطات³.

2-2-2- التمويل الخارجي: التمويل الخارجي هو لجوء المؤسسة إلى مصادر التمويل لتي تعبر عن أصول غير ذاتية، وهذا في حالة عدم كفاية المصادر الذاتية للتمويل أو عدم وجودها أصلا.

ويكون التمويل الخارجي من المصادر التالية: الأسهم، السندات الائتمان التجاري والمصرفي، وأذونات الخزنة، ومختلف العمليات المصرفية والأوراق التجارية والسندات الادخارية والقروض من الأفراد والبنوك⁴.

2-3- من حيث الغرض الذي يستخدم لأجله: وينتج عن هذا التصنيف نوعان هما:

¹ جميل أحمد توفيق، أساسيات الإدارة المالية، دار النهضة العربية، بيروت، ص 340.

² رابع حوني ورقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2008، ص ص 97-99.

³ شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، مرجع سبق ذكره، ص 6.

⁴ احمد بوراس، تمويل المنشآت الاقتصادية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2008، ص38.

2-3-1- تمويل الاستغلال: يتمثل في استغلال الأموال التي ترصد لمواجهة النفقات التي تتعلق أساساً بتشغيل الطاقة الإنتاجية للمشروع قصد الاستفادة منها كنفقات لشراء المواد الخام أو دفع أجور العمال وما إلى ذلك من المدخلات اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية والتي تشكل في مجموعها أوجه الإنفاق¹.

2-3-2- تمويل الاستثمار:

يتمثل في استغلال الأموال المخصصة لمواجهة النفقات التي تترتب عنها خلق طاقة إنتاجية جديدة أو توسيع الطاقة الحالية للمشروع، كافتناء الآلات والتجهيزات وكل العمليات التي تترتب عليها زيادة تكوين رأس المال للمشروع².

وبالتالي يتضح أن هناك خاصيتين أساسيتين تميزان تمويل الاستثمار:

✓ إن عائد الأموال المنفقة على الاستثمار يتحقق بعد فترة زمنية طويلة نسبياً بعد حدوث الإنفاق، كما

أن العائد لا يتحقق دفعة واحدة وإنما يتوزع على فترات (دورات إنتاجية).

✓ زيادة عنصر عدم التأكد المرتبط بتقديرات إيرادات وتكاليف الاستثمار الناتج عن طول الفترة التي

يستغرقها النشاط الاستثماري وما تفتحته من احتمالات تغير المعطيات في نهاية الفترة عن بدايتها.

المطلب الثاني: أدوات ومصادر التمويل

توجد عدة أدوات تستخدم في عملية التمويل والذي يمكن الحصول عليه من مصادر مختلفة نوجزها فيما يلي:

1- أدوات التمويل: تنقسم أدوات التمويل إلى:

1-1- النقود:

هي أصل كامل السيولة تستخدم عادة لتمويل المعاملات الجارية، من خلال وظيفتها كوسيط فيها للتبادل

تلقي القبول العام في تنفيذ المعاملات وأداة وفاء نهائية، ووسيلة للدفع، تتكون النقود تقليدياً من عنصرين³:

- النقد القانوني: الذي يصدره المصرف المركزي، ووزارة الخزانة، وهذا النقد القانوني يشمل الأوراق

النقدية والعملات المساعدة الورقية والمعدنية.

- الأوراق النقدية تكتسب صفة الإلزام و القبول باعتبارها النقد القانوني الذي يصدره البنك المركزي،

باعتبار أن مصدرها وحدات السلطة النقدية.

- النقد المصرفي (الودائع المشتقة): غير انتهائي في القبول في التعامل، بمعنى أنه ليس الشكل النهائي

للنقود حيث يمكن تحويله إلى البنوك، وليس إلزامياً في القبول إذ يمكن رفض قبوله للوفاء بالديون أو

تسوية المعاملات.

¹ هيثم محمد الزغبي، الإدارة والتحليل المالي، مرجع سبق ذكره، ص 106.

² محمد صالح الحناوي، إدارة مالية وتمويل، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ص 390.

³ محمد عزت غزلان، اقتصاديات النقود والمصارف، دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2002، ص 50.

1-2- الأوراق المالية قصيرة الأجل¹:

تمثل الأوراق التجارية أدوات إثبات للدين التجاري تحمل اتفاقا بالدفع في تاريخ محدد، عادة ما تكون آجال استخدامها من سنة إلى ثلاث سنوات:

1-2-1- الكمبيالة: الشكل الأول لهذه الأوراق، فهي أداة دين قصير الأجل في شكل صك يمثل للمسحوب عليه (المدين) بأن يدفع للمستفيد (الدائن) مبلغ محدد ومتفق عليه في تاريخ محدد، أو عند الطلب. فبمجرد توقيع أو تظهير بيت القبول أو المصرف، بقبول هذه الورقة التجارية فغنها تصبح صالحة للتمويل والتداول.

1-2-2- السند الأذني: صك يكتبه المدين على نفسه يتعهد فيه بدفع مبلغ معين أو بمجرد الإطلاع (عند الطلب) لحامله أو لشخص معين (المستفيد) ولا يعتبر السند الأذني ورقة تجارية إلا إذا ارتبط بعملية تجارية، وذلك خلافا للكمبيالة التي تعتبر ورقة تجارية بطبيعتها، كما أن السند الأذني يقتصر التعامل فيه محليا بعكس الكمبيالة التي يتم التعامل بها داخليا وخارجيا ولا يمكن خصمه لدى البنوك التجارية ويعاد خصمها لدى البنك المركزي.

1-2-3- الشيك: أداة دفع فورية للتعامل بالنقد المصرفي، وهو صك يمثل أمرا للمصرف بتحويل مبلغ معين من الحساب الجاري للساحب إلى شخص مستفيد، الشيك قد يصرف لشخص بعينه أو لأمره أو لحامله.

1-2-4- أدونات الخزينة: وسيط افتراضي قصير الأجل، ظهرت في عام 1977، واتخذ شكل أذون تجاري الغرض الأصلي من تواجدها كان خدمة الاحتياجات الموسمية الخاصة بالتمويل، ولكن منذ الحرب العالمية الأولى أصبحت أذون الخزينة عنصرا دائما في دين الحكومة وبمقادير ضخمة جدا، ويتم تداول أذون الخزينة بنفس أسلوب تداول الكمبيالة.

1-3- الأوراق المالية طويلة الأجل:

وهي عادة تستخدم لمدة تتجاوز سنة وتمثل في الأسهم والسندات:

1-3-1- السهم²: أداة مالية للمشاركة في رأس المال، وبالتالي يحصل ربح أو يتحمل خسارة، وذلك وفقا لنتيجة السنة الذي يساهم في رأس ماله الفرد، والأسهم لها أكثر من شكل، فالأسهم العادية تصدر بهدف تمويل رأس مال الشركة، والأعضاء المساهمون يكون لهم حق التصويت في الاجتماع السنوي وانتخاب المديرين، والمشاركة في أرباح الشركة من خلال حصص أرباح موزعة للأسهم، ويتحمل حامل السهم العادي مختلف المخاطر من نشاط الأعمال، وحملة السندات والأسهم الممتازة لهم حق أولوية الحصول على الربح ويكونوا معرضين لتحمل خسارة قد تصل إلى قيمة السهم بالكامل.

¹ محمد صالح الحناوي، الإدارة المالية والتمويل، مرجع سبق ذكره، ص 75.

² فرديستون، يوجين برجام، ترجمة عدنان داغستاني، عبد الفتاح السيد النعماني، التمويل الإداري، دار المريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 589.

1-3-2- السند¹: أصل مالي طويل الأجل مقابل دين، تصدره الجهة المقترضة على نفسها وله فترة زمنية وسعر فائدة اسمي ثابت، وبالتالي لا يمكن التعامل عليه في السوق أو لحامله، ويمكن تسويقه، والجهة المصدرة للسند هي أي وحدة اقتصادية ترغب في الاقتراض، وبالتالي قد تكون هذه الجهة حكومية أو خاصة.

2- مصادر التمويل:

إن عملية التمويل عبارة عن البحث عن المصادر الملائمة للحصول على الأموال اللازمة، أما بخصوص مصادر التمويل فإنها تقسم من الناحية الزمنية إلى أمدين رئيسيين هما، مصادر التمويل قصير الأجل ومصادر التمويل طويل الأجل.

2-1- مصادر التمويل قصيرة الأجل:

إن هذا النوع نادرا ما يستخدم لتمويل الموجودات الثابتة، فالشركات الكبيرة التي تمتاز بضخامة موجوداتها الثابتة لا تواجه مشكلة التمويل قصير الأجل بنفس المستوى الذي تواجهه الشركات والأنواع من المنشآت الأصغر حجما، والتمويل قصير الأجل يمكن تعريفه بأنه ذلك النوع من القروض الذي يستخدم لتمويل العمليات التشغيلية الجارية التي تقوم بها الشركات، أي أن هذا التمويل لا تزيد مدته عن سنة واحدة².

ويمكن تقسيم مصادر التمويل قصيرة الأجل إلى نوعين أساسيين هما:

2-1-1- الائتمان التجاري:

يمكن أن نعرف الائتمان التجاري بأنه القرض قصير الأجل الذي يمنحه التاجر إلى المشتري عندما يقوم هذا الأخير بشراء البضائع لغرض إعادة بيعها، ويعتبر الائتمان التجاري أكبر مصدر للديون قصيرة الأجل نظرا لكون الشركات الصغيرة لا تستطيع الحصول على التمويل من مصادر أخرى، ويعتبر عن طريق هذا المصدر مظهرا شائعا في وقتنا الحاضر³.

ويأخذ الائتمان التجاري شكل الحساب الجاري أو الكمبيالة أو الشيك المؤجل، ومعنى ذلك أن المشتري يمكنه أن يحصل من المورد (الدائن) على ما يحتاج إليه من البضائع مقابل وعد منه بالسداد في تاريخ متفق عليه. ومن أهم مزايا استخدام الائتمان التجاري⁴:

- سهولة الحصول عليه إذ لا يتطلب إجراءات معقدة كما في حالة الاقتراض.
- تعذر الحصول على الموارد المالية اللازمة من مصادر أخرى.
- عدم الشعور بتكلفة الائتمان التجاري بما أن سعر السلع يبقى ثابتا حتى وإن طالت مدة الدفع.

¹ حسن رجب، المحاسبة عن طريق التأجير التمويلي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص 68.

² علي عباس، الإدارة المالية، مكتبة الرائد العلمية، عمان، 2002، ص 67.

³ محمد سعيد عبد الهادي، الإدارة المالية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 67.

⁴ محمد صالح الحناوي، إبراهيم إسماعيل سلطان، الإدارة المالية والتمويل، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص 24.

2-1-2- الائتمان البنكي:

الائتمان البنكي عادة ما يكون متوفراً بسهولة خاصة بالنسبة للمشروعات الصغيرة، حيث أنه أقل تكلفة من القروض طويلة الأجل ومن الائتمان التجاري، ويعتبر اختيار البنك المقرض من الأمور الرئيسية. وهناك قواعد تستخدمها المنشأة في الاختيار¹:

- أن يتناسب حجم البنك مع حجم المنشأة التي تريد الحصول على قروض.
- اختيار البنك الذي يتبع سياسات تتماشى مع حاجيات وظروف المنشأة لاختلاف البنوك في سياساتها وشروطها لمنح الائتمان.
- ينبغي التعامل مع البنوك ذات المركز المالي السليم والإدارة الواعية.
- اجتناب التعامل مع البنوك سيئة السمعة مع البنوك الأخرى.

تميز في هذا النوع من التمويل الذي يتم سداده في فترة ما بين سنة وخمس سنوات، نوع من القروض تسمى قروض طويلة الأجل، مثل البنوك وشركات التأمين من المصدر الرئيسي لهذه القروض التي عادة ما يكون سدادها منتظماً على مدار عدد من السنوات حيث يسمى كل قسط بمدفوعات الامتلاك، بالإضافة إلى أن يكون القرض مضموناً بضمان معين.

2-2- مصادر التمويل طويلة الأجل: تتمثل في:

2-2-1- رأس المال: يمثل رأس المال عنصر ثقة لدى الزبائن بسلامة المركز المالي للبنك خاصة المدعين منهم، لذلك يعتبر عامل أمان ضد مخاطر التصفية والإفلاس باحتوائه للخسائر، هذا وبالإضافة إلى أنه يعتبر مصدر الأصول الثابتة التي تسمح للبنك بتأدية نشاطاته².

2-2-1-1- مفهوم رأس المال: يقصد برأس المال في المنشآت المالية الخاصة بأنه مجموع قيمة الأسهم العادية مضافاً إليها الاحتياطات التي تمثل أرباحاً متوالدة في أعوام سابقة، ثم تقرر الإدارة احتجازها. أو يعرف كذلك بأنه مجموع الأموال التي يحصل عليها البنك أو المنشأة المالية من أصحاب المشروع عند بدء تأسيسه، وأية إضافات وتخفيضات قد تطرأ عليه³.

2-2-1-2- أهمية رأس المال: تبرز أهمية رأس المال الممتلك في أية منشأة أعمال من خلال مجموعة الوظائف التي يؤديها، ويمكن تحديد أهم هذه الوظائف على صعيد المنشأة الصناعية كما يلي⁴:

✓ يستخدم لشراء الموجودات الثابتة للمشروع من أماكن أو أبنية ومعدات وأراضي.

¹ محمد صالح الحناوي، إبراهيم إسماعيل سلطان، الإدارة المالية والتمويل، المرجع السابق، ص25.

² فلاح الحسيني، مؤيد عبد الرحمن، إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص 81.

³ المرجع نفسه، ص 82.

⁴ صبحي تدریس قریصة، مدحت محمود العقاد، النقود والبنوك والعلاقات الدولية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 1983، ص

✓ يستخدم لتغطية وتحمل الخسائر الناجمة عن العمليات التشغيلية.

✓ حماية الدائنين والمقترضين لآمد قصيرة أو طويلة الأجل وتدعيم ثقتهم بالمنشأة، أما على صعيد المنشأة المالية وتحديدًا في البنوك فإن أهمية رأس المال الممتلك تكتسب أهمية متميزة، خاصة وأن هناك لجان مالية ومصرفية على المستوى الدولي اهتمت بهذا المجال.

2-2-2- الاحتياطات:

هي عبارة عن أرباح أو مبالغ يقتطعها البنك من أرباحه سنة بعد أخرى لتدعيم حسابات رأس المال وحماية المودعين.

2-2-3- الأرباح المحتجزة:

تمثل مصدرا داخليا هاما يستخدم لتمويل الاحتياطات المالية طويلة الأجل للمؤسسة (المنشأة) وهي الجزء من الأرباح الذي يتم الاحتفاظ به داخل المنشأة لغرض إعادة استثماره.

وهي عبارة عن تلك الأرباح التي حجت عن التوزيع على المساهمين في الشركة، وتعتبر من أموال الملكية (حقوق المساهمين)، ومن أهم مزايا استخدام الأرباح في التمويل نجد¹:

✓ تجنب زيادة حقوق التصويت والترشيح في الشركة (في حالة إصدار أسهم).

✓ التخفيض من الاقتراض الخارجي وبالتالي تقلص ديونها.

2-2-4- المخصصات: تعتبر المخصصات تلك الأرصدة التي يتم تحميلها إلى إجمالي الأرباح المحققة في نهاية الفترة المالية، وذلك بغرض مواجهة ظروف معينة غير مرغوبة، فمن المخصصات ما تكونه البنوك لمقابلة ما تتوقع فقدانه قيمة الأصول التي يجوزها لتلك التي تكونها لمقابلة الديون المشكوك في تحصيلها ولمقابلة الهبوط المحتمل في أسعار الأوراق المالية التي تحتفظ بها، وفي أسعار العملات الأجنبية التي يجوزها، ومنها ما تكونه لمقابلة الأحداث الطارئة والمخاطر التي تصاحب عملية البنوك عموما، والتي تترتب عليها خسائر، وتكون البنوك أيضا مخصصات لمواجهة احتمالات تضطر معها للوفاء بما سبق وإن التزمت به تجاه الغير، كما تكون البنوك مخصصات لتغطية مصروف مؤكد يستحق الدفع في المستقبل مثل الضرائب².

2-2-5- المؤونات: إن الهدف من تكوين مؤونات هو أن بعض عناصر الأصول تفقد قيمتها نتيجة الظروف غير العادية سواء من تعامل المؤسسة مع الغير أو تقلبات السوق لظروف قاهرة، بناء على ذلك فإنه يسمح للمؤسسة أن تخصص جزءا من أموالها يكون معفيا من الضرائب لمواجهة الخسائر، ويطلق عليها اسم المؤونات³.

¹ محمد صالح الحناوي، مهال فريد مصطفى، الإدارة المالية، اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية، مصر، ص 254.

² إسماعيل أحمد الشناوي، عبد النعم مبارك، اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية، مصر، ص 254.

³ صلاح الدين حسن السيسى، نظم المحاسبة والرقابة وتقسيم الأداء في المصارف والمؤسسات المالية، دار الوسام للطباعة والنشر، بيروت، 1998، ص 30.

المطلب الثالث: مخاطر التمويل وطرق تفاديها

ينجر عن تقديم التمويل مخاطر كثيرة يمكن تفاديها بعدة طرق:

1- مخاطر التمويل: يمكن تقسيم مخاطر التمويل إلى¹: مخاطر مادية، مخاطر فنية، ومخاطر اقتصادية.

1-1- المخاطر المادية:

وهي تلك المخاطر التي قد تتلف بعض السلع المادية التي هي نتاج العمل الذي مولناه، فنحن في هذه الحالة لا نستطيع أن نسدد المبالغ التي اقترضناها (مولنا أنفسنا بها) مما يلحق بنا خسائر أي تكاليف إضافية. والأمثلة على هذا النوع من المخاطر كثيرة، ومنها تلف المخزون من الطعام، بسبب الحشرات أو الحيوانات أو تلف المتزل بسبب حريق أو فيضان أو تلف السفينة بسبب الأعاصير... الخ.

1-2- المخاطر الفنية:

هي تلك المخاطر التي تنبع من حقيقة أن مهارة المنتج قد لا تتناسب مع طموح خطته. ومن أجل ذلك فإنه بالرغم من الوسائل المعروفة فإن المنتج قد يفشل في عمل الشيء المرغوب، لأنه غير مؤهل فنيا لاستخدام عناصر الإنتاج، خاصة التعامل مع الآلات الحديثة.

أو إذا نجح في عمله فإنه قد يستهلك من أجل ذلك موارد أكثر من تلك الذي حددها عند وضع الخطة، وهذا هدر للموارد وبالتالي يلحق بالمنتج خسائر لم تكن بالحساب، لذا تركز المصانع على الفنيين المهرة في العملية الإنتاجية ولو كانت تكلفة تشغيلهم عالية.

1-3- المخاطر الاقتصادية:

هي تلك المخاطر الناجمة عن أسباب اقتصادية بحتة، وتنقسم في هذا السياق إلى نوعين:

- خطر انخفاض الطلب على المنتج الذي مولناه، مما يعني عدم الحصول على مردودية مالية نسد من خلالها أقساط تمويل باقي الالتزامات الأخرى، والأسباب التي تؤدي إلى انخفاض الطلب على السلعة المنتجة أو الخدمة كثيرة، منها المنافسة، انخفاض الدخل، نوع السلعة... الخ.

- مخاطر عدم كفاية عرض الموارد اللازمة لصنع المنتج المخطط له وبالتالي قد لا يمكن إنتاجه.

2- طرق تفادي المخاطر:

لا يستطيع أي شخص أن ينفي وجود المخاطر لأن حتمية وجودها وارد، كما لا يستطيع أي شخص منتج أن يزيلها كلياً من طريق نشاطه، ولكن يستطيع أن يتفادها ويقلل قدر الإمكان من آثارها وذلك من خلال ثلاث طرق².

¹ طارق الحاج، مبادئ التمويل، مرجع سبق ذكره، ص 26.

² المرجع نفسه، ص 27.

1-2- الإجراءات المناسبة التي تحوي نفقات خاصة:

يمكن القول تقريبا أن كل نوع من الخطر يمكن أن يخفض إلى حد ما عن طريق زيادة المنفق على إجراءات الاحتياط ضده، فمثلا يمكن لنا أن نجعل مبنى المصنع أكثر احتمالا للنار إذا ما اتفقنا أكثر في بنائه ووضع مواد مقاومة للحريق في جدرانه، كما أن خطر توقف الإنتاج بسبب النقص في مادة رئيسية في الإنتاج من الممكن أن يزول إذا أنشأنا احتياطي كافة من المخزون من هذه المادة.

2-2- تحويل الخطر إلى تكاليف منتظمة وتجميعها مع الأخطار المتشابهة التأمين:

بمعنى استبدال النتائج الناجمة عن المخاطر إلى تكاليف سنوية تدفع لشركات التأمين تتعهد الأخيرة بأن تعوض عن الخسائر الناجمة عن المخاطر وذلك في مقابل سنوي محدد يسمى القسط.

وهناك عدة أنواع من المخاطر الطبيعية والتي يمكن وبنفس الطريقة المقامرة بها وتحويلها إلى تكاليف سنوية منتظمة عن طريق التأمين، وذلك مثل أخطار الحريق، الفيضان، غرق السفن، السرقة... الخ.

وعلى أية حال يوجد دائما حالتين يجب أن تتوافر حتى يكون الخطر قابلا للتأمين عليه:

✓ يجب أن يكون الخطر منفصلا ومستقلا.

✓ يجب أن لا يزداد الخطر.

2-3- مقابلة الأخطار الأخرى التي تعمل في الاتجاه العكسي:

إن خطر الخسارة التي تصاحب فرص الربح، فليس نادرا أن نجد الخسارة لشخص ما فائدة وريح بالنسبة لشخص آخر، فإذا تعاقد خباز على توريد الخبز إلى المنشأة بسعر محدد فإنه سوف يحقق خسارة إذا ارتفع سعر الدقيق، والعكس صحيح، والآن إذا استطاع الاثنان أن يعملوا مساومة والتي بمقتضاها يتعاقد الخباز على شراء الدقيق من الطحان بسعر محدد فإن كلاهما سوف يحقق إما أرباحا عارضة أو خسارة عارضة.

المبحث الثالث: تمويل المشاريع السياحية

تحتاج كل منشأة أو مشروع إلى الأموال من أجل إنشائها وتطويرها، وتحصل على هذه الأموال إما بالاعتماد على مصادر التمويل الذاتية أو المصادر العائلية، أو اللجوء إلى الاقتراض من البنوك وفق أسس معينة، وتساعدنا دراسات الجدوى الاقتصادية في إقناع البنوك للحصول على التمويل اللازم .

المطلب الأول: مصادر تمويل المشاريع السياحية

إن المشاريع السياحية يمكنها الحصول على الأموال من مصادر مختلفة:

1- مصادر التمويل الذاتية والعائلية:

تظهر هذه المصادر من خلال¹:

1-1- المدخرات الذاتية:

غالباً ما يلجأ أصحاب المشاريع والمنشآت إلى استثمار أموالهم المدخرة عند بداية أي مشروع، ويفضلون هذا المصدر من الأموال نظراً لما يسمح لهم من حرية التصرف بإدارة المنشأة والتفرد بصافي الربح إذا ما حققوا نجاحاً في نشاطهم، وعدم اللجوء إلى المصادر الأخرى المحفوفة بالمخاطر أو صعوبة الحصول عليها. لكن في حالة عدم كفاية المدخرات الذاتية خاصة عند محاولة التوسع في النشاط أو عدم توافرها، فإن الشخص الذي يرغب في الاستثمار يلجأ إلى مصدر آخر يتمثل في موارد الأهل والأقارب والأصدقاء.

1-2- الموارد العائلية:

من أجل حل مشكلة التمويل لدى الشخص فإنه يلجأ إلى أقاربه وأهله الذين يوفرون له الأموال التي يحتاجها لإقامة مشروعه، نظراً لما يتميز به هذا المصدر من بساطة وسهولة في الحصول على الأموال، رغم أنه قد يواجه بعض المشاكل المرتبطة بكيفية تسديدها إعادتها لهم، لأنه إذا لم يحقق أرباحاً وخسر مشروعه فإن ذلك سوف يجعل أصحاب الأموال يسعون إلى استردادها، وبذلك يتدخلون في شؤون المنشأة وقد يفرضون قراراتهم على مالكيها، خاصة وأنهم لا تتوافر لديهم الخبرة الكافية لذلك، وقد تكون هذه القرارات غير صائبة وبالتالي فإنها سوف تؤدي إلى فشل المشروع والتأثير على نجاحه.

2- التمويل من البنوك التجارية²:

للبنوك دور أساسي في إمداد الاقتصاد بالأموال اللازمة لتنميته وذلك عن طريق تجميع الأموال من مصادر الادخار المختلفة، ثم توزيعها على مجالات الاستثمار المختلفة وفق أسس وقواعد معينة، سواء في مجال تجميع الأموال أو في مجال توزيعها، فالبنوك تقوم بالاستثمار وذلك بمنحها على شكل قروض للعملاء لإنشاء مختلف المشاريع سواء كانت جديدة أو من أجل تطويرها.

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

² المرجع نفسه، ص 70.

3- الاستئجار:

3-1- تعريف الاستئجار:

يمكن تعريف الاستئجار على أنه عقد يلزم المستأجر دفع مبالغ محددة بمواعيد متفق عليها للمالك أصل من الأصول لقاء انتفاع الأول بالخدمات التي يقدمها الأصل للمستأجر لفترة التعاقد والتي غالباً ما تكون 20 سنة أو أكثر، وتقوم إدارة الشركة السياحية باستئجار أصل من الأصول لتنتفع من خدماته و لهذا فإن استئجار يعتبر مصدر من مصادر التمويل طويل الأجل لأصول محددة و يوجد تشابه في التمويل بين الاستئجار و الدين من حيث أنه يترتب على كل منهم التزامات تعاقدية ثابتة لذلك فإن مديونية المستأجر تزداد عندما يستأجر أصلاً بمقدار الإيجار مما يرفع من مخاطره المالية¹.

3-2- أنواع الاستئجار:

هناك ثلاثة أنواع رئيسية لأشكال الاستئجار و هي²:

3-2-1- الاستئجار المالي: يتميز بعدم قابليته للفسخ أو الإلغاء إلا بموافقة طرفي العقد المؤجر و المستأجر، و عقود الاستئجار المالي تكون لفترة زمنية محددة تتفاوت حسب نوع الأصل، ولا يتضمن عقد الاستئجار المالي خدمات الصيانة، بل يقع عبئ تكاليفها على عاتق المستأجر، و تسعى بعض المشاريع السياحية إلى استئجار الأجهزة و المعدات التي تحتاجها لعملية التشغيل من المجهزين المتخصصين بناء على عقد يثبت به عدد سنوات التأجير و إذا انتهت الفترة الزمنية يصبح أمر رد الأجهزة ملزماً إلى الجهة المالكة و قد يكون للجهة المستأجرة الحق بشراء المعدات بسعر متفق عليه مسبقاً و غالباً ما يكون أقل من سعرها الأصلي.

3-2-2- الاستئجار التشغيلي: و يتضمن كلا من خدمات التمويل و الصيانة، و يلاحظ على هذا النوع من الاستئجار أنه يعطي الحق للمؤجر أو المستأجر بإلغاءه و فسخه قبل انتهاء مدة العقد الأساسية، ولا تكون عقود هذا الاستئجار دائمة بل لفترة تقل كثيراً عن الحياة الإنتاجية للأصل، و هذه تعتبر ميزة هامة للمستأجر تتمثل في استطاعته إحلال أصول أحدث تكنولوجيا وقت ظهورها محل الأصل المؤجر له، لذلك كانت الحاسبات الآلية من أهم الأصول الممثلة لهذا النوع من التمويل بالاستئجار.

3-2-3- البيع مع إعادة التأجير: و في هذا النوع من التمويل بالاستئجار تقوم المنشأة المالكة لأصل معين (مباني، أراضي، أو معدات) ببيعها إلى منشأة مالية أخرى، و في نفس الوقت توقع عقداً مع نفس المنشأة المالية باستئجار نفس الأصل لمدة محددة و شروط خاصة يتفق عليها و يتلقى البائع للأصل (المستأجر) فوراً قيمة الأصل من المشتري (المؤجر) و يستمر في نفس الوقت في استخدام الأصل مقابل الالتزام بسداد دفعات متساوية لمدة العقد تكفي لتغطية قيمة الأصل و العائد المناسب لاستثمار المؤجر، و الملاحظ أن البيع ثم

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010،

ص ص 43، 44.

² المرجع نفسه، ص ص 44-47.

الاستئجار يتشابه مع الاستئجار المالي في كل شيء عدا أن الأصل في الحالة الثانية جديد وان اختلف مصدر الشراء.

4- تدخل البنوك الإسلامية في مجال السياحة¹:

البنوك الإسلامية ملزمة في نشاطاتها ومعاملاتها المختلفة بتطبيق قواعد الشريعة الإسلامية، من عدل وإنصاف في المعاملات ودون الاستيلاء على حقوق البعض لحساب البعض الآخر، وعدم التعامل بالفائدة وتحريمها، كما أنها تقوم بتوجيه التمويل إلى الأنشطة الاستثمارية واستخدامها بما يحقق مصلحة المجتمع الإسلامي، بالإضافة إلى تحقيق العدالة في توزيع الثروة، عن طريق توفير سبل التمويل للمنشآت والأفراد والذين لا تتوافر لهم رأس المال أو ضمانات يقدمونها، مع تقاسم نتيجة الاستثمار سواء كانت ربحاً أو خسارة.

و قد تطورت فكرة البنوك الإسلامية من حيث التنظير والممارسة وانتشرت في مختلف الدول العربية، ولقد أصبحت تتدخل في مجالات استثمارية كثيرة وهي لا تختلف من حيث المبدأ عن البنوك التجارية فيما يتعلق بمسألة الاستثمار في هذا القطاع، لكنها قبل قيامها بتنفيذ أي خطة استثمارية فإنها تخضع لموافقة كبار رجال الفقه الإسلامي من أجل التأكد من مدى انسجامها ومبادئ الشريعة الإسلامية، وحتى في مجال السياحة والسفر، فهناك بعض المجالات السياحية التي لا يمكنها الدخول فيها بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة مثل تمويل بعض المشاريع الترفيهية كالنوادي الليلية والأماكن التي يتم فيها تعاطي الكحوليات... الخ. يبقى الاستثمار متعلقاً ببعض المجالات السياحية كبناء المنشآت السياحية و المنتجات والمساهمة في النقل بمختلف أنواعه، فالبنوك الإسلامية تقوم بتمويلها وفق الأدوات الإسلامية التي تمارسها.

كما أنها تستطيع توفير ما يحتاجه المسافر من شيكات مصرفية وشيكات سياحية للسياح وتؤمن لهم حاجاتهم من العملات عن طريق التحويل بالكمبيوتر أو التلكس.

أما فيما يخص تقديم قروض شخصية للأفراد والعائلات بغرض قضاء إجازات بالخارج، فإن البنك الإسلامي لا يميل إلى تقديم مثل هذه القروض لكونها موجهة للترويج ولا يترتب عليها عمل منتج أو منفعة.

المطلب الثاني: سياسات منح القروض للمشاريع السياحية

1- أهمية طلب القرض وتحليله:

توجد مجموعة من السياسات الواجب إتباعها عند منح القرض للمشاريع السياحية تتمثل فيما يلي:
يعتمد اتخاذ قرار الاقتراض على جدارة طالب القرض الائتمانية أو الاقراضية ومقدرته على تسديد القرض، ولكي يتمكن المقرض من تفحص ذلك وتحديد موقفه، لا بد لطالب القرض من تقديم طلبه موضحاً فيه البيانات والمعلومات التي تعكس وضع المقترض المالي على حقيقته، ويختلف نموذج طلب القرض من مؤسسة إقراض إلى أخرى، وأحياناً وفقاً لنوع القرض المطلوب، ولكن بصورة عامة يتوجب توفر المعلومات الآتية في أي طلب

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مرجع سبق ذكره، ص ص 85-86.

قرض يتم تقديمه للمؤسسات المقرضة، فمثلا إذا أرادت إدارة أحد الفنادق الحصول على قرض من أحد المصارف لابد من توفر المعلومات التالية¹:

- اسم الفندق طالب القرض و عنوانه ودرجة تصنيفه السياحي.
 - المساحة الإجمالية للبناء والأرض التي أنشئ عليها الفندق.
 - نوع التوسع للخدمات والمنتجات السياحية المطلوب القرض لأجلها.
 - عدد غرف وعدد أسرة الفندق ومعدل الأشغال السنوي.
 - تفاصيل استعمالات القرض والتكاليف التقديرية لكل بند وتاريخ الحاجة إليها.
 - خطة تسديد القرض.
 - الميزانية العمومية أو الحساب الختامي للفندق، والتي يظهر فيها الوضع المالي للفندق في نهاية كل سنة مالية.
 - حساب دخل الفندق أو حساب الأرباح والخسائر خلال مدة معلومة.
 - الموازنة التقديرية المستقبلية خلال الفترة القادمة.
 - وصف لنوع الضمانات والتعهدات و الكفالات التي ستقدم كضمان للقرض.
- وتعتبر هذه المعلومات من الأساسيات التي يجب أن يحتوي عليها طلب القرض للفنادق أو الشركات السياحية، لكي تقوم الجهة الممولة بدراستها وتحليلها قبل إصدار قرارها، كما أن لها أهمية خاصة تتعلق بالأغراض الإحصائية للمؤسسات المقرضة.
- وتعتبر المعلومات التي يجب أن يحتوي عليها طلب القرض من الأساسيات التي يجب أن يعرفها المقرض عن المقرض، كما تقع على نفس المستوى من الأهمية، البيانات و الدراسات التي لابد وأن تقدم مع طلب القرض، والتي تزود المقرض بقاعدة علمية يركز عليها في تحليله لوضع المستثمر، وبالتالي تحديد موقفه التمويلي. ولذا يتطلب الأمر دراسة واسعة وعميقة لكل ما يرد في طلب القرض ومرفقاته من البيانات المالية المختلفة، مما يساعد المقرض على اتخاذ القرارات السليمة بشأن قروضه².

2- العوامل المحددة لحجم القروض السياحية:

تحتاج إدارة الفندق ثلاث مجموعات من المعلومات لتحديد حجم القروض التي تروم للحصول عليها وهي كالآتي³:

1-2- التكاليف التشغيلية التي تشمل على:

- أجور ورواتب العاملين
- تكاليف الضمان الصحي والاجتماعي

¹ موقف عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 77-78.

² المرجع نفسه، ص 79.

³ المرجع نفسه، ص ص 84-85.

- تكاليف البضائع التشغيلية
- تكاليف الصيانة
- تكاليف الترويج والإعلام
- تكاليف تبديل الأثاث
- تكاليف التأمين
- تكاليف قوائم الكهرباء والتدفئة والتبريد
- تكاليف مصاريف الهاتف والبريد
- تسديد القروض مع فوائدها
- تكاليف الضرائب

ومن الملاحظ بأن جزء من هذه التكاليف هي تكاليف ثابتة والأخرى تكاليف متغيرة، حيث لا يمكن احتساب التكاليف المتغيرة بشكل دقيق، فمثلاً أن تكاليف الطعام تعتمد على عدد من الضيوف الذي لا يمكن توقعه إلا من خلال الخبرة والتجربة السابقة أو الاستعانة بالشركات المختصة بالتسويق السياحي.

2-2- تحديد حجم العوامل: وهي أيضاً تعتمد على حجم ونوعية السوق المستهدف الذي لا يمكن السيطرة عليه بسهولة سيما وأن رغبات وحاجات السياح غير ثابتة، وتشمل العوامل على:

✓ مبيعات الطعام والشراب.

✓ مبيعات الغرف.

✓ مبيعات قاعات الحفلات.

✓ مبيعات فندقية أخرى (مكالمات التلفون، خدمات الإنترنت... الخ).

3-2- الخصومات السنوية حيث أن معظم الفنادق السياحية تعلن عن عروضات تشجيعية لفئات معينة من الأفراد مثل طلاب المدارس.

3- أسس منح القروض للمشاريع السياحية:

هناك عدة أسس يضعها البنك عند قيامه بمنح عملائه الأنواع المختلفة من القروض، ومن هذه الأمور¹:

- ❖ مبلغ القرض: حيث يجب أن يتناسب حجم القرض المطلوب مع حجم نشاط المشروع السياحي، لذلك يجب على البنك دراسة حاجة المشروع التمويلية وتحديد المبلغ الذي يتناسب مع حجم نشاطه. إن منح المشروع السياحي قرضاً يفوق حجم نشاطه يؤدي إلى تحميل الغدارة ديناً قد تكون غير قادرة على سداده، بالإضافة إلى ارتفاع نفقات التمويل، كما أن منح المشروع السياحي مبلغاً يقل عن حجم نشاطه يؤدي إلى وقوعه في عسر مالي، أو يؤدي إلى المزيد من طلبات الإقراض.
- ❖ الغرض من القرض: يجب على البنك دراسة الغرض من التمويل المطلوب من قبل المشروع السياحي وذلك حتى يقوم البنك بتوجيه إدارة المشروع السياحي نحو نوع التمويل الملائم لهذا الغرض.
- ❖ مدة القرض: تفضل البنوك بشكل عام القروض قصيرة الأجل والتي تسدد نفسها بنفسها، إلا أن البنوك تقدم قروضا طويلة الأجل ومتوسطة الأجل لتمويل شراء الأصول الثابتة أو تمويل التوسع.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، المرجع السابق، ص ص 86-87.

- ❖ مصادر الوفاء: يجب على البنك دراسة مصدر السداد الأساسي لدى طالب القرض ومدى كفايته لسداد التزامات البنك كما يدرس أيضا مصادر السداد الثانوية، المتوفرة لدى المقترض.
- ❖ سمعة المقترض: وهنا يجب التأكيد على رغبة المقترض في السداد من خلال سمعته التجارية.
- قدرة المقترض الإدارية والفنية: إن إدارة المشروع السياحي الجيدة تؤدي إلى حسن استغلال الأموال وبالتالي القدرة على سداد الالتزامات.
- ❖ رأس مال المقترض: كلما كان رأسمال المقترض أكبر كلما أدى ذلك إلى زيادة اطمئنان البنك نحو منحه القرض المطلوب.
- ❖ الضمانات المقدمة: يهتم البنك بالضمانات المقدمة من المقترض، وتعتبر الضمانات خط الدفاع الأخير بالنسبة للبنك والذي يستطيع الرجوع إليه عند تعثر الدين.

4- الأسس التي يتحدد بموجبها حجم القرض:

- تعتبر قرارات الإقراض من أهم القرارات التي تتخذها المصارف، فالقرض المدروس والمناسب للمشروع الجيد في الوقت المناسب هو الضمانة الأكيدة لتسديد هذا القرض في موعده ولحصول المقترض على أقصى منفعة ممكنة منه، وبقدر ما تكون قرارات المؤسسة المقترضة صائبة يكون دورها فعالا في تحقيق التنمية السياحية المرجوة، ومن هنا لا بد أن تكون قرارات الإقراض مرتكزة على الأسس العلمية المتعلقة بأساليب التقييم المعتمدة. وبصورة إجمالية يمكن تلخيص العوامل التي لا بد من مراعاتها عند اتخاذ قرار الإقراض بما يأتي¹:
- الحاجة الفعلية للقرض: ويقصد بذلك حاجة المشروع السياحي إلى القرض لمواجهة متطلباته، إذ لا بد أن تكون هناك أنشطة مجددة ومطلوبة لا يستطيع المشروع السياحي تنفيذها إلا من خلال الحصول على تمويل خارجي من مصادر التمويل المتوفرة، وكذلك لا بد أن تكون هناك ضرورة اقتصادية لنشاط المشروع السياحي المنوي تمويله.
 - سجل المقترض لدى المؤسسة: نجد أن ملف المقترض في مؤسسات الإقراض التي يوجد فيها نظام جيد للملفات، والتسجيل يحتوي على معلومات تتعلق بقروضه السابقة سواء من ناحية ظروف إصدار تلك القروض أو تحصيلها لذا عندما يتقدم المشروع السياحي بطلب قرض جديد لا بد وأن يندمج هذا الطلب في ملف المقترض القديم.
 - الأغراض التي يطلب القرض من أجلها وتكاليفها: لتحديد تكاليف خطة المشروع السياحي أو إقامة المشروع لا بد أولا من تحديد البنود المختلفة التي يتكون منها المشروع السياحي ودراسة التكاليف اللازمة لكل بند منها، ويتولى ذلك بصورة مبدئية طالب القرض نفسه، إذ يحدد في طلبه الأغراض المطلوب تمويلها وتكاليف كل غرض منها.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، المرجع السابق، ص 90-94.

- مقدرة المشروع السياحي على تحمل المخاطر: وهذه أيضا تتحدد من خلال دراسة الوضع المالي للمقترض، بالإضافة إلى دراسة وتحليل أية استثمارات أو دخل ثابت من خارج العمل السياحي.
- مقدرة المقترض على التسديد: إن مقدرة المقترض على التسديد تعني أساسا مقدرة المشروع المراد إقامته على التسديد لأن المشرع غير القادر على تسديد ديونه يعتبر مشروعا غير ناجح، وبالتالي لا جدوى من إقامته ويجب عدم تمويله.
- قوة الضمانات المقدمة: على أرغم من الدراسات التي يتم من خلالها تحديد مدى مقدرة المستثمر على الاقتراض والتسديد إلا أن كثيرا من مؤسسات الإقراض تلجأ إلى رهن موجودات ثابتة أو منقولة للشركات السياحية كإجراء احترازي يمنع المقترضين من التصرف بهذه الضمانات المقدمة هما العامل الرئيسي الذي يتحدد من خلاله الحد الأعلى للقرض.
- مدخرات الشركات السياحية ومساهمة جهات أخرى في التمويل: ليس من الضروري أن تقوم مؤسسة الإقراض بتمويل كل التكاليف اللازمة للمشروع السياحي.
- إمكانية التمويل المتاحة للمؤسسة المقرضة: كثيرا ما تواجه مؤسسات الإقراض نقصا في الأموال لمواجهة الاحتياجات التمويلية في القطاع السياحي وفي هذه الحالة تضطر إلى تجديد أنواع ومقادير قروضها في ضوء إمكاناتها المادية المتوفرة، وفي كثير من الأحيان يتم رصد مخصصات محددة حيث لا يمكن تجاوزها، وتتناسب مع سمعة ومكانة الشركة السياحية.

المطلب الثالث: الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية

تتطلب مختلف المشاريع القيام بدراسات الجدوى الاقتصادية

1- تعريف الجدوى الاقتصادية:

تعددت التعاريف الخاصة بدراسة الجدوى الاقتصادية وخاصة في الكتابات الأولى، حيث تعرف دراسات الجدوى بأنه "أداة علمية تستخدم لترشيد قرارات الاستثمار الجديدة أو تقييم قرارات سبق اتخاذها، أو المفاضلة بين بدائل متعددة على أساس فني، مالي، بيئي، قانوني...¹

أسلوب علمي لتقديم احتمالات نجاح أو فشل مشروع معين أو فكرة استثمارية أو قرار إستراتيجي قبل التنفيذ العملي، وذلك في ضوء قدرة المشروع الاستثماري على تحقيق أهداف معينة للمستثمر وللمجتمع ككل، في ضوء زيادة العوائد المتوقعة عن التكاليف المتوقعة طوال العمر الافتراضي لحياة المشروع ويستعان في ذلك بالعديد من الأدوات التحليلية الاقتصادية للمحاسبة الإدارية والرياضية.²

¹ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 23.

² حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، 1999، ص 13.

2- أهمية دراسات الجدوى الاقتصادية:

لقد حظي موضوع دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للمشروعات الاستثمارية بأهمية كبيرة وبخاصة في الدول المتقدمة وبعد الحرب العالمية كجزء من اهتمامها في ضرورة العمل على تحقيق الاستخدام والتوزيع الأمثل للموارد المتاحة، ذلك الاهتمام الذي يظهر واضحا من خلال اتجاه جميع المشروعات سواء كانت عامة أو خاصة، كبيرة أو صغيرة، نحو إخضاع المشروعات المقترحة لمثل تلك الدراسات، من أجل ضمان مستوى معين من الأمان وتخفيف درجة المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها الأموال المستثمرة، هذا مما جعل أغلب المشروعات القائمة أو الجديدة تكون عادة من نوع المشروعات الناجحة والمجدية اقتصادياً¹. ويمكن إبراز أهمية جدوى المشروعات من خلال الأمور التالية²:

- تساهم دراسة الجدوى في تحديد الأفضلية النسبية التي تتمتع بها الفرص الاستثمارية المتاحة من وجهة نظر التنمية الاقتصادية.
- تساهم دراسة الجدوى في تحقيق التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية على المستوى الوطني، وتجنب هدر وتبديد الموارد على مشاريع غير مجدية.
- يتم من خلال دراسة الجدوى الكشف عن التعارض الذي يمكن أن ينشأ بين فائدة المشروع على المستوى الخاص وعدم جدواه على المستوى الوطني. ففي بعض الأحيان يحدث تعارض واضح بين القرار الاستثماري الناجح من وجهن نظر المصلحة الفردية.
- تشكل دراسة الجدوى الاقتصادية وسيلة عملية تساعد المستثمر على اتخاذ القرار المناسب بشأن الاستثمار في مشروع معين، على نحو يتناسب مع قدرته المالية.
- هي وسيلة عملية لإقناع مراكز وهيئات التمويل (المحلية و الدولية الخاصة والحكومية) بتقديم وسائل التمويل المناسبة والشروط الملائمة.
- إن دراسة الجدوى هي وسيلة علمية وعملية لتقييم المشروع المقترح (أو البدائل المقترحة) وفقا لمعايير مالية واقتصادية موضوعية بعيدة عن العشوائية.
- تساعد دراسة الجدوى المستثمر (سواء كان مستثمرا خاصا أم جهة حكومية) على المفاضلة بين فرص الاستثمار المتاحة، وبالتالي اتخاذ القرار الصائب على نحو يخدم الهدف المنشود.
- تساعد دراسة الجدوى على التصويت والتعديل خطط الإنتاج والتشغيل على نحو يتلاءم مع الظروف المتغيرة والطارئة، التي يمكن أن تواجه المشروع خلال فترات التنفيذ والتشغيل.

¹ كاظم حاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2005، ص 40.

² محمد دياب، دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، 2007، ص 25.

3- أنواع دراسات الجدوى الاقتصادية:

يمكن تقسيم دراسات الجدوى إلى مجموعتين أساسيتين هما:

3-1- دراسات الجدوى المبدئية:

هي دراسة استكشافية للأوضاع والظروف التي يمكن من خلالها اتخاذ قرار بالدخول في دراسات الجدوى التفصيلية أم لا، والتي تعتبر مكلفة¹، وعليه فإنه كما يتضح من اسمها فإن دراسات الجدوى المبدئية هي عبارة عن " دراسة أو تقرير أولي يمثل الخطوط العامة عن كافة جوانب المشروع أو المشروعات المقترحة، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اتخاذ قرار إما بالتخلي عن المشروع أو الانتقال إلى دراسة أكثر تفصيلاً². وهذا يعني أن دراسات الجدوى الأولية، ما هي إلا وسيلة يمكن من خلالها معرفة مدى جدوى المشروع المقترح اقتصادياً. ومن الوسائل التي تعالجها دراسات الجدوى الأولية ما يلي³:

- ✓ دراسة أولية عن الطلب المحلي والأجنبي المتوقع على منتجات المشروع، ومدى حاجة السوق لها.
 - ✓ دراسة أولية عن التكاليف الإجمالية للمشروع سواء كانت تكاليف رأسمالية أو تشغيلية.
 - ✓ دراسة أولية عن مدى جدوى المشروع فنياً، بتحديد احتياجات المشروع من الأيدي العاملة والمواد الأولية.
 - ✓ دراسة أولية عن المواقع البديلة للمشروع المقترح، واختيار أفضلها.
 - ✓ مدى تأثير المشروع على المستوى القومي، وعلى عملية التنمية الاقتصادية، كتحديد مدى أهميته في تحسين ميزان المدفوعات، ومدى أهمية المشروع في توفير فرص الاستخدام للحد من مشكلة البطالة.
 - ✓ دراسة أولية عن مصادر تمويل المشروع سواء كان التمويل ذاتي أو من مصادر أخرى.
 - ✓ دراسة أولية عن العوائد المتوقعة (الإيرادات) للمشروع المقترح.
 - ✓ دراسة أولية عن مدى تماشي المشروع مع العادات والتقاليد والقوانين السائدة في المجتمع.
- نلاحظ إذن أن دراسة الجدوى المبدئية تمس أكثر من جانب، وعليه يمكن اعتبار مكوناتها هي نفس المكونات لدراسة الجدوى التفصيلية ولكنها تنفذ بصورة أولية بسيطة.

3-2- دراسات الجدوى التفصيلية:

يمكن أن يعرف هذا النوع من الدراسات، بأنها عبارة عن " دراسات لاحقة لدراسات الجدوى الأولية ولكنها أكثر تفصيلاً ودقة وشمولاً منها، وهي بمثابة تقرير منفصل يشمل كافة جوانب المشروع المقترح، والتي على

¹ شقيري نوري موسى وآخرون، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص 37.

² كاظم حاسم العيسوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، مرجع سبق ذكره، ص 42.

³ المرجع نفسه، ص 43-44.

أساسها تستطيع الإدارة العليا أن تتخذ قرارها، إما بالتخلي عن المشروع نهائياً أو تأجيله أو الانتقال إلى مرحلة التنفيذ¹.

وتعتبر دراسات الجدوى الأولية والتفصيلية متكاملة ومتتالية، ولا يمكن الاكتفاء بدراسة واحدة لكي تكون بديلة عن الدراسة الأخرى ليست معوضة، وتشمل الدراسة التفصيلية للمشروع مختلف الجوانب المالية الفنية، الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لجدوى المشروع.

3-2-1- الدراسة المالية:

وهي تبين أثر المشروع أو فائدته بالنسبة لصاحبه، سواء كان فرداً أو شركة أو دولة، وذلك عن طريق ما يحققه المشروع من فوائد مالية صافية وتعتمد على مجموعة من الأساليب والتقنيات الرياضية والإحصائية². وتستهدف دراسات الجدوى المالية من تجهيز البيانات والجداول والتحليلات اللازمة إلى إبراز وتحديد المنافع المالية والاقتصادية والتكاليف والأعباء التي يتحملها أصحاب المشروع في مقابل الحصول على تلك المنافع، ويتم ذلك من خلال تحليل وبيان مختلف التدفقات النقدية الداخلية والتدفقات النقدية الخارجية طوال عمر المشروع، وهيكل التمويل الأمثل له قبل البدء في التنفيذ³.

3-2-2- الدراسة القانونية:

هذا النوع من الدراسات يحدد العلاقة بين المشروع والقوانين والتشريعات المؤثرة فيه والمنظمة لنشاطه، ويتعين أن يكون القائم بهذه الدراسة مختصاً في القانون وعلى إطلاع بأحكام وقوانين الاستثمار والضرائب والجمارك وغيرها من التشريعات التي تؤثر على المشروع⁴.

3-2-3- الدراسة التسويقية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تمثل المحور الارتكازي للمشروع الاستثماري، فهي عبارة عن المدخل الحقيقي لدراسة فرص الاستثمار، واتخاذ قراراته في ضوء احتياجات المستهلكين وحجم العرض والطلب، وتأتي في هذه المرتبة نظراً لأنها توفر بيانات كثيرة تعد ضرورية لإجراء بقية دراسات الجدوى⁵.

وتتطلب الدراسة التسويقية معرفة شاملة بالسوق وإمكانيات تقييم العرض والطلب السياحي الحالي والكمين، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال دراسة حاجات ورغبات السياح ومدى الإمكانيات المتوفرة من خدمات وتسهيلات ومنتجات سياحية لاحتواء الطلب.

¹ كاظم جاسم العيسوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، المرجع السابق، ص 44.

² سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 108.

³ شقيري نوري موسى وآخرون، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 41.

⁴ حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، مرجع سبق ذكره، ص 18.

⁵ سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 33.

ويعني آخر لا بد من دراسة السوق وجمع المعلومات وتحليل السوق السياحي وتوظيف كوادرات ذات كفاءة عالية للحصول على معلومات وأرقام دقيقة ذات مصداقية معتمدة¹.

3-2-4- الدراسة البيئية:

يكتسب هذا النوع من الدراسات أهمية كبيرة خاصة خلال السنوات القليلة الماضية وذلك انطلاقاً من مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمشاريع تجاه بيئتها التي تنشط فيها وتستمد منها مدخلاتها، وتقدم إليها مخرجاتها. وعليه فإن الهدف من هذه الدراسة هو محاولة التعرف على أثر المشروع على البيئة من حيث صور التلوث المختلفة، وكذلك من حيث حماية المستهلك نفسه وذلك بتقديم أفضل المنتوجات إليه وبأعلى مستويات ممكنة من الجودة، ونتيجة اللوم الكثير من المؤسسات وهيئات التمويل الدولية².

الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو كون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة وتحسينها، ولكن التنمية السياحية التي يتم التخطيط لها قد تشكل أحياناً مجالاً لحدوث بعض القضايا المؤثرة سلباً على عناصر البيئة الطبيعية من خلال الاستخدامات العشوائية للأرض، أو نظم تصريف المخلفات أو تصرفات السياح... الخ³.

3-2-5- الدراسة الفنية

يمكن أن تعرف دراسات الجدوى الفنية، بأنها تلك الدراسات التي تنحصر مهمتها في دراسة كافة الجوانب الفنية المتعلقة بالمشروع المقترح، والتي يمكن الاعتماد عليها في التوصل إلى قرار استثماري، إما بالتخلي عن المشروع أو التحول إلى مرحلة التنفيذ⁴. حيث أن 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 يأتي⁵:

- اختيار المساحة المناسبة للمشروع السياحي.
- موقع المشروع السياحي.
- موقع المشروع السياحي: ويتأثر بمجموعة من العوامل منه:
 - ✓ تكلفة النقل.
 - ✓ مدى توفر البنى التحتية.
 - ✓ تقرير كلفة المباني والأراضي اللازمة للمشروع السياحي.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 245.

² عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسات الجدوى الاقتصادية و التجارية و الاجتماعية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 38.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 252.

⁴ كاظم جاسم العيسوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، مرجع سبق ذكره، ص 48.

⁵ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 249، 250.

- ✓ اختيار درجة تصنيف المشروع السياحي ومستوى أسعار الخدمات والتسهيلات السياحية.
- ✓ التصميم الأساسي للمشروع السياحي.
- ✓ تقدير احتياجات المشروع السياحي من المواد الخام والمواد الأولية والأثاث و تقدير احتياجات المشروع من القوى العاملة.

خاتمة الفصل:

تعرضنا في هذا الفصل إلى مفاهيم متعددة للتمويل والبنوك، فهما يمثلان الركيزة الأساسية لأي تقدم اقتصادي، وأيضا الأمن الاقتصادي لأي دولة ولأي مشروع من المشاريع ومنها المشاريع السياحية، حيث يلجأ المستثمرون إلى تمويل مشاريعهم من مصادر عديدة سواء الذاتية و العائلية أو مصادر التمويل الخارجية و التي تتمثل في اللجوء إلى التمويل الإيجاري و كذا البنوك الإسلامية و الاقتراض من البنوك التجارية التي تعد أبرز أنواع التمويل الخارجي باعتبارها المحرك الرئيسي للاقتصاد الوطني.

ونظرا لأهمية التمويل بالنسبة للمشاريع السياحية، فإن قرار تمويل مشروع وتنفيذه يتطلب من المؤسسة الممولة (البنك) القيام بدراسة كل جوانب المشروع ووضع أسس يعتمد عليها في منح القروض، وذلك للتقليل من المخاطرة، و لضمان الحصول على عائد من المشروع واستمراره.

نتائج الدراسة الفنية والاقتصادية والمالية هي طريق للحكم على مدى توافر عوامل النجاح للمشروع، وعلى أساسه يتخذ القرار بتنفيذ المشروع من عدمه.

الفصل الثالث:

دراسة واقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض
الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

مقدمة الفصل:

إن النظرة الجديدة للسلطات العمومية تعتبر القطاع السياحي كقطاع خالق للثروات ومساهم في التنمية الاقتصادية الاجتماعية، وأصبح من الضروري الاعتماد عليه للتنوع في الموارد التي تبقى في الوقت الحالي رهينة لمداخل المحروقات.

و صحيح أنه للجزائر إمكانيات ضخمة و مؤهلات طبيعية و بشرية و مادية تجعلها تنبؤاً مكانة مرموقة، لكن الواقع يشير إلى أن هذا القطاع و كغيره من القطاعات الأخرى يعاني تدهورا كبيرا لا يعكس ما يمتلكه الجزائر من قدرات في هذا المجال، فهو يعاني العديد من العقبات التنظيمية و الإدارية و البشرية و الأمنية و الثقافية و الاجتماعية و المالية لذلك وضعت الدولة إستراتيجية من أجل النهوض بهذا لقطاع و ذلك حتى تستفيد من المزايا التي يقدمها و من أجل أن يلعب دور المحرك للاقتصاد الوطني.

و لا يخفى على أحد أن ولاية قالمة تخزن بمؤهلات سياحية كافية لأن تجعل منها قطبا سياحيا متكاملا ونظرا لاحتوائها على العديد من المنابع المعدنية، مناظر طبيعية، موقع أثرية ، معالم تاريخية، دينية والصناعات التقليدية، كل هذه العوامل مجتمعة من شأنها أن تشكل دفعا قويا لتنشيط الاقتصاد المحلي وذلك من خلال الاستغلال الأمثل والعقلاني لهذه الموارد ، والوقوف على مختلف المشاكل التي تواجه هذا القطاع .

ومن أهم المشاكل التي تواجه الاستثمار في أي قطاع ومنها القطاع السياحي هو مشكل التمويل، وفي ظل عدم كفاية المدخرات الذاتية خصوصا لدى الشباب، فقد أنشأت عدة أجهزة من أجل تقديم لهم الإعانات المختلفة لتشجيعهم، و من بين هذه الأجهزة نجد الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار و التي تمنح تسهيلات في شكل إعفاءات جبائية و شبه جبائية، والجزء المتبقي من تكلفة المشروع سوف يكون بدخول البنك كطرف ثالث لتمويل المشاريع.

و أمام استحالة إجراء الدراسة على كامل البنوك الوطنية اخترنا القرض الشعبي الجزائري -وكالة قالمة - لتقييم تجربته في تمويل المشاريع السياحية.

المبحث الأول: واقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر

تتوفر الجزائر على قدرات سياحية هامة ومتنوعة جدا، فهي تمتلك مؤهلات تسمح لها بأن تكون وجهة سياحية بالدرجة الأولى، لكن قطاع السياحة في الجزائر مازالت تواجهه مجموعة من المشاكل التي تقف عائقا أمام تطور هذا القطاع، الأمر الذي دفع بالدولة الجزائرية إلى وضع استراتيجية من أجل النهوض بهذا القطاع، وذلك حتى تستفيد من المزايا التي تقدمها ومن أجل أن يلعب دور المحرك للاقتصاد الوطني.

المطلب الأول: الدور الاقتصادي للسياحة في الجزائر

من الطبيعي أن يفرز قطاع السياحة آثار اقتصادية وأخرى اجتماعية على مستوى البلدان السياحية، والتي تتوقف بدورها على أهمية هذا القطاع ومدى تطوره في هذه الدول، ويمكن عرضها من خلال التركيز على بعض المؤشرات منها:

1- الإيرادات السياحية:

تعتبر الإيرادات السياحية من أهداف السياسة العامة المتعلقة بتنمية وتطوير هذا القطاع. بمختلف أنشطته، وتعد أيضا من العناصر التي تستغلها الحكومات في تحسين الأداء الاقتصادي والاجتماعي¹، سيما إذا كانت هذه الإيرادات تشكل قدرا معتبرا في الناتج الوطني الإجمالي، إذ يصبح من الضروري التركيز على العوامل الأساسية المؤثرة في حجم الإنفاق السياحي الذي يتوقف عليه حجم الإيرادات السياحية.

ومن البديهي أن هذه الإيرادات تتحقق من إنفاق السائحين في الدول السياحية المضييفة على مختلف السلع والخدمات السياحية، وأيضا من مختلف الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع، إذ كلما اتسع نطاق الخدمات السياحية كلما ازدادت الإيرادات المتأتية منها.

وفي حالة الجزائر لم يحدث تطور في حجم الحركة السياحية الدولية، وكان ذلك نتيجة حتمية لضعف مكونات العرض السياحي من فنادق وخدمات سياحية وبنية أساسية وغيرها، إضافة إلى الأوضاع السياسية والأمنية الصعبة التي عاشتها البلاد خلال عقد التسعينات، ولا شك أن هذا الوضع ساهم في تعقيد أوضاع القطاع ومن ثم أثر سلبا على حجم الإيرادات المتأتية منه².

والجدول التالي يوضح الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة من 1990 إلى 2008.

عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب.

¹Isabelle frochot ,patrick legohérel,le marketing du tourisme, dunod, paris, 2007, p102.

²عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص143.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم(02): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة 1990-2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي.

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	105	33	102	184.3	215.3	219	325

المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة باتنة، 2004-2005، ص 143.

من الجدول يتضح بأن الإيرادات السياحية في الجزائر تعرضت لتقلبات حادة، فقد كانت قيمتها في عام 1990 تقدر بـ: 105 مليون دولار أمريكي، لتتخفف إلى 33 مليون دولار في عام 1995، وهو أدنى حد لها في هذه الفترة، وهذا مرده انعدام الاستقرار السياسي في المقام الأول وغياب الاهتمام بهذا القطاع من طرف المسؤولين المعنيين، وهميشه بشكل يكاد يكون كليا.

ونلاحظ أنه مع بداية الألفية الثالثة أخذت الإيرادات السياحية المسجلة على مستوى القطاع السياحي في الجزائر في تحسن تدريجي، لتبلغ قيمتها 102 مليون دولار أمريكي سنة 2000، ويعود ذلك إلى محاولة البلاد بناء صورتها في الخارج كوجهة سياحية، وجذب الاستثمار المحلي والأجنبي نحو هذا القطاع. كما عرفت ارتفاعا واسعا خلال السنوات الأخيرة وهذا راجع إلى اكتساب الجزائر صورة جديدة وإيجابية بعد سنوات من التذبذب في الحالة الأمنية، لأن توفير الأمن والاستقرار شرطا لتواصل الأفواج السياحية وبالتالي زيادة الإيرادات.

2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

يعتبر القطاع السياحي من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي وبشكل ملحوظ في عدد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ولالإشارة فإن بعض الدول المصدرة للبتروول كالدول الخليجية أعطت للسياحة أهمية متميزة ضمن قطاعاتها.

إذ تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%¹.

وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لها، تفسره حجم الإيرادات التي تم تسجيلها على مستوى هذا القطاع مقاسة بالنسبة المتوقعة والجدول التالي يوضح ذلك:

¹ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 244.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم(03): مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر

الوحدة:مليار دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الناتج المحلي الإجمالي	62.04	41.8	54.8	101.8	116.8	135.3	162.9
مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي	0.17	0.08	0.19	0.18	0.18	0.16	0.20

المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص 146.

يتضح من هذا الجدول بأن مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 1990-2008، كان غير ذي أهمية ولم تتجاوز 0.20 كحد أقصى، كما كانت هذه المساهمة في أدنى مستوى لها في 1995 بنسبة 0.08% نظرا لأن إيرادات هذا القطاع شهدت في هذه السنة تراجعا كما سبق ولاحظناه، وهكذا تعتبر مساهمة إيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر متدنية، وهذا راجع إلى أن هذا القطاع لم يكن له دور في التنمية الاقتصادية، ومرد ذلك اعتماد الدولة الكلي على قطاع المحروقات، باعتباره الأكثر أهمية في التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع.

3- ميزان السياحة في الجزائر:

يعتبر ميزان المدفوعات بأنه سجل منظم يتكون من جانبين، جانب دائن تدرج فيه كافة العمليات التي تحصل منها الدولة على النقد الأجنبي مقابل ما تصدره من خدمات إلى العالم الخارجي، وجانب مدين تدرج فيه كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مقابل ما تستورده من الخدمات إلى العالم الخارجي، وتمثل السياحة إحدى المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات شأنها شأن الملاحاة، التأمين، المعاملات المصرفية وغيرها، أما ميزان السياحة والسفر هو ذلك الفرق بين متحصلات خاصة بالسياحة القادمة مطروحا منه مدفوعات السياحة العكسية إلى الخارج (سياحة المواطنين خارج بلادهم)¹.

وبتفحص وضعية ميزان السياحة والسفر في الجزائر خلال الفترة 1990-2008 نجد ما يلي:

¹ عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص 147.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم(04): ميزان السياحة في الجزائر خلال الفترة1990-2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الميزان							
الإيرادات السياحية	105	33	102	184.3	215.3	219	325
النفقات السياحية	149	187.8	192.5	370	349.2	376.7	394
الميزان	44-	154.8-	90.5-	186-	134-	157.7-	69-

المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص 147.

يبدو من الجدول أعلاه بأن ميزان السياحة شهد عجزا دائما خلال الفترة1990-2008، نظرا لضعف إيرادات السياحة مقارنة بمدفوعاتها، إذ سجل أكبر عجز لهذه الفترة بحوالي 186 مليون دولار أمريكي عام 2005، حيث كان تطور المدفوعات السياحية بوتيرة أكبر من إيراداتها خلال نفس الفترة. إن هذا الارتفاع في حجم المدفوعات السياحية يرجع إلى السياحة العكسية وذلك لعدة أسباب منها¹:

- سوء تسيير المرافق السياحية، وندرة الخدمات التي يحتاجها السائح.
 - ضعف المنتج السياحي للجزائر، وعدم قدرته على جذب السائح المحلي فما بالك بالسائح الأجنبي.
 - الظروف الأمنية وتمثل في عدم الاستقرار السياسي خلال عقد التسعينات.
 - غياب إستراتيجية تسويقية فعالة لتسويق المنتج السياحي الجزائري.
- كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في ارتفاع مدفوعات السياحة عن إيراداتها، وبالتالي تعميق الفارق بينهما لغير صالح ميزان المدفوعات للسياحة والسفر بالجزائر مما أثر سلبا على توازن ميزان المدفوعات للدولة وتعميق عجزه.

4- السياحة والتشغيل في الجزائر:

بالنسبة لعدد المشتغلين بالقطاع السياحي في الجزائر فإنه عرف تحولات عديدة خصوصا بعد فترة التسعينات التي تميزت بالتذبذب، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

¹ عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، المرجع السابق، ص 148.

جدول رقم (05): تطور عمال القطاع السياحي خلال الفترة 1990-2008

الوحدة ألف عامل

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
العدد	209	269	414	491	509	510	503

المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص 159.

من خلال الجدول نلاحظ أن فرص التشغيل في القطاع السياحي في الجزائر تزايدت خلال الفترة 1990-2008، ويعتبر هذا التزايد ضئيلا مقارنة بطاقات البلاد السياحية غير المستغلة. وتقدر حصة السياحة بـ: 5.3% من إجمالي العمالة في اقتصاد الجزائر¹.

ويظل مستقبل التشغيل السياحي في الجزائر مرهونا بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة، ويوزن الاستثمار الخاص في هذا المجال وما يحمله ذلك من فرص عمل في مختلف التخصصات العلمية والمهنية المرتبطة بالسياحة.

المطلب الثاني: نقائص القطاع السياحي في الجزائر

يعرف القطاع السياحي في الجزائر جملة من النقائص التي تؤخر تطوره، ويمكن أن نورد هذه النقائص فيما يلي²:

- 1- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية: و يبرز ذلك من خلال:
 - وجود مواقع بلا صيانة و غير مثمرة بصورة كافية.
 - غياب مواد مثيرة للجاذبية و قادرة على التميز.
 - غياب التشاور حول الأمور الأساسية.
- 2- إيواء و فنادق و طاقات غير كافية و ذات نوعية سيئة: و يتجلى ذلك في:
 - عجز في طاقات الاستقبال، الهياكل الفندقية و الإطعام ذات نوعية و أصالة.
 - هياكل إيواء متآكلة و غالبية نسبي بالنسبة للسكان المحليين، تتطلب عملية هامة لإعادة الاعتبار .
 - 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية .
- 3- تخلف كبير على مستوى وكالات الأسفار من خلال:
 - غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية التي هي في تحول مستمر.
 - عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الإلكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز و الخدمات.

¹ عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، المرجع السابق، ص 160.

² وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي، 2008، ص 53-56. عن الموقع www.mta.gov.dz/sit.rilooke/ar/sdat.php

- عدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار و ميثاق يحكم المهنة.
- 4- نقص في تأهيل و مهنية المستخدمين في المؤسسات و الخدمات السياحية و الفنادق خاصة.
- 5- ضعف نوعية المنتج و وخدمات السياحة الجزائرية خاصة من حيث:
 - انعدام النظافة و الصيانة.
 - خدمات مرتفعة السعر و بالنسبة للسكان المحليين و ذات نوعية أقل للمنافسة الدولية (المغربية).
 - غياب خدمات جذابة.
 - غياب أعمال لإبراز المنتجات المحلية.
- 6- تغلغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال في السياحة نتيجة:
 - عدم كفاية مواقع الانترنت مع التركيز على ترقية الصحراء و الاكتشاف الثقافي.
 - صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال في قطاع السياحة.
 - عدم وجود سند اتصالي و إعلامي.
- 7- ضعف نوعية النقل و التواصلية من خلال:
 - عدم القدرة على نقل كمية و نوعية متكيفة مع الطلب.
 - سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب.
- 8- انعدام الأمن الذي يعتبر مسألة أساسية و هذا فيما يخص الأمن الغذائي، الصحي، و الاضطرابات السياسية.
- 9- تسيير و تنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية و هذا من خلال:
 - غياب أدوات التقييم و متابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني و الدولي.
 - المبالغة في إجراءات استخراج تأشيرات الدخول.
- 10- عجز في تسويق وجهة الجزائر و يبرز ذلك من خلال:
 - ضعف تسويق الوجهة الجزائرية.
 - ضعف الاتصال الداخلي و الخارجي و ضعف في التعاون بين مختلف القطاعات و الشركاء في قطاع السياحة.
 - عجز في الإعلام الاتصال الايجابي مما أدى إلى ظهور مشكل حقيقي خاص بالصورة و التسويق.
 - وسائل ترقية متآكلة و غير مؤهلة (قديمة) لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث.
 - غياب أنشطة إعلامية و المشاركة في الصالونات و المعارض في الخارج غير منتجة و غير ذات فعالية.
- 11- بنوك و خدمات مالية غير متكيفة من خلال:
 - عدم ملائمة و ضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك و المؤسسات المستقبلية للسياح.
 - قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج.

■ تعارض طريقة تمويل الاستثمار و النشاط السياحي مع طبيعة الاستثمار السياحي.

و يبقى مشكل التمويل يطرح نفسه خاصة في ظل عدم وجود بنوك جزائرية متخصصة في الأنشطة السياحية، ورغم إسناد مهمة التكفل بتمويل الاستثمار السياحي إلى القرض الشعبي الجزائري، إلا أن الوصول إلى الموارد المالية، خاصة في شكل قروض، يبقى صعبا على الإطلاق، وان القروض التي تقدم للمستثمرين في الأنشطة السياحية ليست مشجعة بسبب كون معدلات الفائدة عليها مماثلة لتلك الخاصة بباقي القروض الممنوحة للأغراض غير الاستثمارية، مما يشكل عبئا كبيرا على المستثمر السياحي. كما يوجد على مستوى استخدام الموارد المالية المتحصل عليها، سواء في شكل قروض أو مساعدات، انحرافات عديدة يعاني منها الاستثمار السياحي في الجزائر، فهناك من بين المقترضين من يحولونها إلى غير وجهتها الأصلية، بحيث يستخدمونها لأغراض لا تمت بالاستثمار السياحي بشيء.

المطلب الثالث: تدابير دعم القطاع السياحي في الجزائر.

يعرف القطاع السياحي في الجزائر تنوعا كبيرا من طبيعة خلابة و إرث ثقافي و شواطئ خلابة و صحراء شاسعة غير أنها لا ترقى إلى المستوى المطلوب لذا تسعى الجزائر جاهدة لتطوير هذا القطاع من خلال جملة من الإجراءات و المتمثلة في:

1- تبنى إستراتيجية لتنمية السياحة حتى عام 2015:

و ذلك لتحسين صورة الجزائر السياحية بالخارج، إذ أنه لا يمكن تنمية قطاع السياحة دون تنمية وترشيد الاستثمار، ونظرا لأن الاستثمار في مجال السياحة يختلف عن الاستثمار في باقي القطاعات فقد تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات لتسهيل عملية التمويل و التي من بينها¹:

- تأسيس منتوجات مالية ذات خصوصية: في إطار إصلاح النظام البنكي كان لابد من العمل على تشجيع إنشاء منتوج مالي يتمثل في قرض فندقي يتوافق مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة الأجل بسبب خصوصيات استرجاع رأسمال هذا النوع من الاستثمارات.
- تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي.
- تخفيض نسبة الفائدة كإجراء إضافي لتشجيع وتحفيز الاستثمارات.

2- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025:

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، إذ هو أداة تترجم إدارة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية وكذا ترقيتها لتصبح من الوجهات المميزة في المنطقة الأورو متوسطية.

¹ سعد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 147-148.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

1-2- الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:

سطرت مجموعة من الأهداف ن خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و هي تتمثل في¹:

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي من خلال:
 - ✓ ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.
 - ✓ تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.
 - ✓ إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة امتياز ومنازة في حوض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.
 - ✓ المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى (ميزان المدفوعات، توازنات الميزانية).
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الخدمات...).
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة.
- ترميم التراث التاريخي، الثقافي والشعائري.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر.

2-2- الأهداف المادية والنقدية (2008-2015)²:

- الأهداف المادية:
 - ✓ عدد الأسرة المطلوب توفرها: على سبيل المثال ومن أجل استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 2200000 سرير تجاري، وهدف الجزائر في آفاق 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح و باحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75000 سرير من النوعية الجيدة.
 - ✓ هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي 4000 سرير بمقياس دولي.
- الأهداف النقدية:

خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة: يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي.

¹ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص22.

² المرجع نفسه، ص17.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

✓ يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي وغير المادي (الهياكل الطبيعية، الاتصال) بـ 60000 دولار أمريكي لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55000 دولار أمريكي في استثمارات مادية و 5000 دولار أمريكي في استثمارات غير مادية.

✓ ومن أجل توفير 40000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار على مدى 7 سنوات إلى غاية (215) أي 350 مليون دولار سنويا.

2-3- المشاريع ذات الأولوية:

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، فمنها الجاري إنجازه أو ما هو محل الدراسة وعرض متقدم وتمثل في:

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة ومخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.
- انطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

جدول رقم(06): المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	شمال شرق
32	شمال وسط
18	شمال غرب
04	الجنوب الغربي الواحات
02	الجنوب الغربي توات قورارة
01	الجنوب الغربي الأهقار
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي، 2008، ص6.

من خلال الجدول رقم 06 ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية الستة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر بـ 5986 سرير وتوفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم (07): الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق

الأقطاب	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	86	5965
القطب الشمالي شمال وسط	49	9295
القطب السياحي شمال غرب	85	10146
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسيلي	01	150
القطب السياحي الجنوب الكبير	04	225
المجموع	274	29386

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 8، 14.

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن المشاريع المنتظر تحقيقها، والتي شرع في إنجاز جزء منها ومنها ما هو بصدد الانطلاق، ستساهم في تطوير الحظيرة الفندقية بما يقارب 29386 سرير وقد بلغ عددها 274 مشروع موزعة على كامل الأقطاب السياحية.

جدول رقم (08): القرى السياحية.

الأقطاب	اسم المشروع	المستثمر	الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مسيدة الطارف	الشركة الإماراتية ELLC	2440
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية سيدي سالم عنابة	الشركة السعودية سیدار	4938
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية أقریون بجاية	مجموعة سيفيتال	1282
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحة صیران بومرداس	الشركة الإماراتية ELLC	2697
القطب السياحي شمال وسط	القرية MEDISEA بومرداس	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية للسياح	17510
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية عين طاية الجزائر	الشركة الإماراتية ELLC و المجموعة الكويتية	5985

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

2004	المجموعة الإماراتية EMIRAL	القرية السياحية موريتي الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
460	شركة التمية الفندقية الجزائر	القرية السياحية ساحل الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
360	الشركة الإماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
6885	الشركة السعودية سیدار	القرية السياحية زرالدة	القطب السياحي شمال وسط
1240	الشركة الإماراتية أعمار	القرية السياحية العقيد عباس تيازة	القطب السياحي شمال وسط
1426	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيازة	القطب السياحي شمال وسط
1000	المجموعة الإماراتية ELLC	حديقة دنيا الجزائر	القطب السياحي شمال وسط
220	إقامة هيلبوس فرنسا	هيلبوس كريستال وهران	القطب السياحي شمال غرب
732	الشركة الإماراتية ELLC	موسكارد تلمسان	القطب السياحي شمال غرب
5900	مراغ وهران	الحلم السياحي وهران	القطب السياحي شمال غرب
912	مجموعة الجنوب SID	قصر ماسين تيميمون أدرار	القطب السياحي جنوب غرب
55166			المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 15-35.

من خلال الجدول رقم (08) نسجل أن مجموع القرى السياحية المقرر إنجازها عددها 17 قرية سياحية، وقد جاءت موزعة على الأقطار السياحية على النحو التالي:

- القطب السياحي شمال شرق بعدد 02 قرية سياحية وبطاقة إيواء مقدرة بـ 7378 سرير.
- القطب جنوب غرب بقرية واحدة ذات طاقة إيواء تقدر بـ 92 سرير.

- القطب شمال غرب ثلاث قرى سياحية بطاقة إيواء تقدر بـ 6852 سرير.

- القطب السياحي شمال وسط 11 قرية سياحية بطاقة إيواء 40844 سرير.

2-4- الديناميكيات الخمس لتسيح الجزائر المحددة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

تشكل الديناميكيات الخمس المسلك الحاسم و الاوجز لضمان الموقع الجديد للسياحة الجزائرية إلى الساحة الدولية ويعزز موقعها، وتمثل هذه الديناميكيات فيما يلي¹:

■ الديناميكية الأولى: مخطط " المقصد الجزائري" من أجل رفع مستوى الاستقطاب والقدرة على المنافسة.

■ الديناميكية الثانية: مخطط "أقطاب وقرى الامتياز السياحية" ويتعلق الأمر بوضع تصور لتطوير مختلف الأقطاب من خلال ترشيد الاستثمار، أين تكون المكسبات مناسبة أكثر وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية للامتياز من بينها القطب السياحي للامتياز شمال-شرق والذي يضم عناية، الطرف، سكيكدة، قالمة، تبسة وسوق أهراس.

■ الديناميكية الثالثة: مخطط " جودة السياحة الجزائرية" حيث يتعلق الأمر بخطة تطوير نوعية العرض السياحي الذي يشمل التدريب على الامتياز وتعلمه واللجوء إلى تكنولوجيات الإعلام و الاتصال بالتوافق مع تطور المنتج السياحي في العالم.

■ الديناميكية الرابعة: مخطط " الشراكة بين القطاعين العام والخاص" ويتعلق الأمر بترقية البنية والتناغم في العمل من خلال سلسلة سياحية وإقامة شراكة فعالة بين القطاعين العام والخاص.

■ الديناميكية الخامسة: مخطط " التمويل العملي":

أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة كونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة، من جهة أخرى فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء بالحركية الخامسة لمعالجة هذه المعادلة الصعبة بدعم ومرافقة الشريك المطور من خلال مخطط التمويل .

أ-أهداف مخطط التمويل²:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحة الصغيرة والمتوسطة.
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية.
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

¹ معلومات متحصل عليها من مديرية السياحة لولاية قالمة.

² وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 57.

ب- محتوى مخطط التمويل:

يتعلق الأمر ب¹:

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.
- التمديد في مدة القرض.
- مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع، كالمساعدة في أخذ القرار، في تقديم المخاطر وتمويل عتاد الاستغلال، حيث تتمثل احتياجات المقاولين، العموميين والخواص بغض النظر عن مراحل تقدم مشاريعهم في:
- ✓ دراسة جادة وعميقة للمخاطر خاصة ممكنة الحدوث، والتي لا يدفع قيمتها الحقيقية إلا القليل من المعاملين.
- ✓ تمويل مخطط النوعية، الأشغال، إعادة التأهيل، التوسع واقتناء عتاد الاستغلال باهض الثمن وصعب الدفع (السيارات، الأدوات المطبخية، التجهيزات المتنوعة...).
- ✓ ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة.
- ✓ تمويل التزويد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وسائل الاتصال، التسويق والترقية، وهي أدوات مكلفة بالضرورة إذا ما أردنا أن نحذو حذو المنافسين.
- ✓ ضرورة جذب وتكوين عمال نوعيين.

2-5- إنشاء أداة جديدة تتمثل في بنك الاستثمار:

في إطار مخطط التمويل يتم إنشاء بنك الاستثمار المستقبلي الذي تتمثل مهامه في²:

2-5-1- إجراءات الدعم:

دعم الاستثمار وتنمية الأنشطة السياحية يتم عبر مساهمة بنك الاستثمار، وتتخذ هذه المساهمة شكل:

- تمويل مكيف مع خصوصية السياحة.
 - تحفيزات نوعية اتجاه الاستثمار السياحي في الهضاب العليا والجنوب.
 - عمليات التأهيل عن طريق تخصيص مبلغ من صناديق التأهيل التابعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - الإلزام بالاكنتاب في مخطط النوعية السياحية.
- 2-5-2- الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات:

يتم تشجيع النشاط السياحي الصحراوي، النشاط العلاجي، الصحي و الرفاهي عن طريق:

- تكييف شروط القروض المتفق عليها في إطار تأهيل المؤسسات الفندقية وإنجاز المشاريع الجديدة.

¹ وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المرجع السابق، ص 58.

² المرجع نفسه، ص ص 58-60.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

- تحفيزات ضريبية عن النشاطات السياحية، بإعفائها من ضريبة القيمة المضافة.
 - ينشأ بالتوازي، صندوق تعاوني للضمان المالي (الكفالات) المفروض على وكالات السياحة والسفر.
 - هناك مساعدات أخرى مرتقية من بنك الاستثمار.
- 2-5-3- المساعدة في اتخاذ القرار و المساعدة على تقييم المخاطر:
- يقدم بنك الاستثمار الهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات في الدرجة العليا، المساعدة على التصميم وتركيب المشاريع، دراسة الجدوى، الدعم المالي، حيث يكون التمويل بـ 80% لدراسة سقفها (500000 دج) وبـ 50% لدراسة ثقيلة سقفها (500000 دج).

المبحث الثاني: وضعية السياحة في ولاية قالمة

تتوفر ولاية قالمة على مخزون سياحي وثقافي هام يتمثل في الثروة المائية المعدنية الحارة التي تتوفر عليها عبر مختلف بلدياتها، وكذا المناطق الطبيعية الخلابة وكذلك توفرها على هياكل فندقية هامة إلى جانب المرافق الترفيهية والشبابية الهامة.

المطلب الأول: إمكانيات ومشاكل السياحة بولاية قالمة

1- الإمكانيات السياحية لولاية قالمة:

1-1 الإمكانيات الطبيعية:

تزخر ولاية قالمة بمناظر طبيعية خلابة إلى جانب العديد من المنابع والحمامات المعدنية التي تؤهلها مستقبلا لأن تصبح من أهم المناطق السياحية، كما تشتهر الولاية بتضاريسها الخلابة والمتنوعة القابلة للاكتشاف والترقية. إن أكثر من ثلث مساحتها متكون من جبال ذات غابات كثيفة، أهمها جبل ماونة التي تحتوي على غابات بها أشجار متنوعة وأعشاب طبية، بتوافد على هذا الجبل عدد كبير من السياح سواء المحليين أو الأجانب خاصة في فصل الشتاء أثناء تساقط الثلوج، ويوجد بها موقع سياحي مهم هو عبارة عن ساحة ألعاب ماونة (ملعب كرة قدم+ ملعب كرة سلة).

إلى جانب ماونة هناك جبال أخرى لا تقل أهمية عنها هي جبال هوارة بعين بن بيضة وجبال طاية ببوحمدان، وجبال دباغ حيث تحتوي هذه الجبال على العديد من أنواع الأشجار والحشائش المفيدة للإنسان من الجانب الصحي.

أما باقي مساحة قالمة فتتوزع بالتساوي بين السهول والهضاب تقريبا مثل: سهل وادي الزناتي و تاملوكة، وتعتبرها العديد من المجاري المائية، ومن أهم هذه الأخيرة وادي سيبوس الذي يصل بوادي الشارف وكلاهما يبلغ طوله 232 كلم، ينبع من مرتفعات قرب عين البيضة ويصب في خليج عنابة مخترق سهل قالمة عبر فتحتي مجاز عمار والناظور نحو بوشقوف، وتمتد على جانبي الوادي سهول خصبة تتغذى من وادي سيبوس.

إن معظم بلديات ولاية قالمة تمتاز باحتوائها على العديد من المنابع الحموية والتي تتواجد ضمن فضاءات ومناظر طبيعية خلابة يقدر عدد المنابع على مستوى الولاية بحوالي 15 منيعا المستقلة وأخرى غير مستغلة، تقع في البلديات الآتية:

أ- بلدية حمام دباغ: تتواجد على بعد 20 كلم من عاصمة الولاية وأهم المنابع الحموية التي تتوفر عليها البلدية هي: عين الشلالة، عين بن ناجي وعين الشفاء، وهذه المنابع مستغلة على التوالي من قبل:

مركب الشلالة المعدني، الحمام المعدني بن ناجي، أما منبع عين الشفاء فيستغل من قبل 5 مستثمرين في مجال الحمامات المعدنية وأغلبهم تتواجد ملفاتهم على مستوى الوزارة من أجل الحصول على الامتياز، درجة حرارة هذه المنابع حوالي 97 درجة عند نبوعها من باطن الأرض.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

كما تجدر الإشارة إلى أن بلدية حمام دباغ توفر على قدرات الإيواء ومنطقة لتوسع السياحي وتضم العديد من المشاريع السياحة تتجلى في حمامات معنية، فنادق وبعض النشاطات السياحية المكتملة.

ب- بلدية هيليوبوليس (حمام أولاد علي) : توجد منطقة حمام أولاد علي على بعد 15 كلم قرب مقر الولاية، تتوفر على 04 منابع حموية، درجة حرارة 57 درجة، هذه المتابع مستغلة من قبل: مركب البركة المعدني، مركب بوشهرين المعدني، حمام البلدية المعدني.

ج- بلدية عين العربي: تقع على بعد 35 كلم من عاصمة الولاية، تتوفر على منبعين معدنيين وهما: منبع حمام النبائل ومنبع المينة، بدرجة حرارة 40 درجة وهي مستغلة بطريقة تقليدية.

د- بلدية بوحشانة: تتواجد على بعد حوالي 30 كلم من عاصمة الولاية، والينابع الحموية التي تتوافر عليها هي: منبع رومية، منبع عساسلة، منبع بن طاهر، منبع النخلة، بدرجة حرارة 34 درجة، وكل هذه المنابع غير مستغلة نظرا لوجودها في منطقة جبلية ذات تربة صعبة.

❖ التحديات الطبيعية:

إن المناطق المتوفرة في ولاية قالمة لا تواجه تحديات تهدد وجودها، إنما تعاني من عدم الكفاءة في استغلالها أو غياب الاستثمار فيها، مما يعني عدم الاستفادة منها سواء من قبل الدولة أو المواطن، وقد يرجع هذا إلى عدة أسباب نذكر منها على سبيل المثال:

- وجود معظم الامكانيات الطبيعية في مناطق جبلية صعبة الاستغلال من جهة الاستثمار، وايضا صعبة الوصول من جهة السياح.
- صعوبة الحصول على القطع الارضية بسبب عدم تهيئتها وتحضيرها على مستوى مناطق التوسع السياحي والمنابع الحيوية (الحمامات) ذات الأولوية، والتي تم تحديدها من طرف القطاع.
- استغلال مناطق التوسع السياحي لأغراض لا تتماشى مع وظيفتها الأصلية.
- عدم وجود جرد شامل للمساحات السياحية.
- عدم تحديث الدراسات الخاصة بالمياه الحموية بولاية قالمة حيث أسفرت آخر دراسة عن وجود 15 منبع حموي، وذلك في سنة 1983.

1-2- الإمكانات الأثرية والتاريخية والمتمثلة في:

- مقابر ما قبل التاريخ بالركنية: أكثر من 300 مصطبة وتعتبر الأولى في شمال أفريقيا من حيث الأهمية والكثافة، وهي محل اهتمام العلماء والباحثين والطلبة في حقبة ما قبل التاريخ، وصدرت حولها العديد من الابحاث والمؤلفات والمقالات، الطريق إليها لم يجدد منذ إنشائه في عهد الإحتلال الفرنسي.
- مغارة الطاية: وهي مغارة طبيعية استغلها الإنسان القديم وجميع ما وجد فيها نقله الفرنسيون إلى متحف " اللوفر" ومتحف "العلوم الطبيعية" في باريس كارييس كان الرومان يقيمون فيها خلال شهر

مارس احتفالا بإلاه الخمر، زارت هذه المغارة حوالي 37 جمعية وبعثة من مختلف دول العالم قبل الاستقلال وهي حاليا مهملة.

- مدينة تيبيليس: سلالة عنونة الأثرية بها آثار هامة وهي مدينة رومانية كانت عامرة حتى القرن الرابع ميلادي سكنتها عائلات نبيلة، وقد تمت عملية اكتشاف المدينة التاريخية سنة 1725 من قبل الطبيب الفرنسي " جون أوندار" ثم تواصل الاهتمام بها بعد الاحتلال الفرنسي، حيث أقيمت خريطة المدينة وتواصلت الأبحاث، اكتشفت على إثرها العديد من الآثار القديمة.

❖ تحديات المعالم الأثرية والتاريخية و المتمثلة في:

- رغم الأهمية الأثرية للمعالم الموجودة بولاية قالمة إلا أنها لا تحظى بالرعاية والاهتمام المطلوبين.
- معظم الطرق المؤدية لهذه المعالم الأثرية ليست معبدة وصعبة العبور خاصة بالسيارات السياحية الصغيرة.
- بعد المعالم الأثرية عن المناطق العمرانية وعدم وجود وسائل نقل لإيصال السائحين إليها.
- عدم وجود أدلاء سياحيين رغم توافد السياح سواء الأجانب أو المحليين.
- عدم وجود لافتات ترشد الزوار لأماكن المعالم الأثرية بالتدقيق، واللافتات الموجودة لا تظهر الكتابة عليها بسبب مشاكل الصدأ
- إهمال هذه الثروة السياحية وذلك بتشديد العمران فوقها ولجانها.
- عدم وجود شبكات للاتصال خاصة للهاتف النقال.
- غياب المرافق التي تقدم الخدمات الضرورية للسياح الوافدين سواء كانت محلات تجارية.
- غياب الهياكل السياحية في معظم المناطق الأثرية خاصة النائية منها.
- غياب ثقافة المحافظة على المعالم الأثرية سواء من قبل الجمهور أو الجهات المعنية.

2- مشاكل القطاع السياحي بولاية قالمة:

- المشاكل التي نراها تقف امام التطور السياحي في منطقة قالمة خاصة وفي الجزائر عامة عديدة ومتنوعة أهمها:
- نقص هياكل الاستقبال وغلاء الأسعار.
 - نقص كبير في الاشهار للسياحة سواء في اللوحات الثابتة أو في المطبوعات ووسائل الإعلام .
 - إجراءات إدارية ثقيلة ومعقدة.
 - صعوبة الدخول للعقار السياحي.
 - بطء الإجراءات في ميدان الدراسات وتنمية مناطق التوسع السياحي.
 - صعوبة التكيف مع التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال من طرف المتعاملين.
 - ضعف التنسيق فيما بين القطاعات.
 - ضعف التأطير وأعوان التنفيذ

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

- عجز في ميدان هياكل التكوين المتخصص.
- عدم استجابة الهياكل الموجودة للمعايير الدولية.
- إجراءات معقدة في التمويل وفي مرافقة المشاريع السياحية.

المطلب الثاني: دور القطاع السياحي في التنمية بولاية قالمة.

1- الهياكل السياحية:

تتوفر الولاية على العديد من الهياكل السياحية، والتي تكمن حصريا في:

1-1- المنشآت الفندقية وبيوت الشباب:

أ- المنشآت الفندقية: تحتوي ولاية قالمة على 11 مؤسسة فندقية منها ما هو مصنف والأخرى غير مصنفة، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (09): المنشآت الفندقية بولاية قالمة

الرقم	اسم المؤسسة	نقط المؤسسة	التصنيف	سعة الاستقبال		عدد المستخدمين	
				عدد الغرف	عدد الأسرة	الدائمين	المؤقتين
01	فندق مرمورة	حضري	3 نجوم	71	144	62	05
02	فندق الشلالة	حموي	2 نجوم	170	625	133	91
03	نزل هواة	نزل	غير مصنف	26	38	06	-
04	فندق التاج	حضري	غير مصنف	21	30	02	08
05	فندق البركة	حموي	غير مصنف	98	240	19	51
06	فندق بوشهرين	حموي	غير مصنف	91	236	36	-
07	فندق بن ناجي	حموي	غير مصنف	21	54	08	-
08	مؤسسة معدة للفندقة (النجمة)	حضري	غير مصنف	17	27	02	-
09	مؤسسة معدة للفندقة (طارق)	حضري	غير مصنف	14	30	02	06
10	مؤسسة معدة للفندقة (الشرق)	حضري	غير مصنف	14	20	04	-
11	مؤسسة معدة للفندقة (الكرامة)	حضري	غير مصنف	12	16	01	2
				554	1460	275	163

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

- فندق مرمورة: يوجد فندق مرمورة بقلب مدينة قالمة بالضبط في شارع على شرفي وهو فندق حضري تابع للقطاع العام يسير من طرف مؤسسة التسيير السياحي عنابة، إذ يعتبر من أهم هياكل الإيواء على مستوى المدينة، يحتوي على جميع المرافق الضرورية منها: المطعم، المقهى، المسبح، قاعة حفلات، حضيرة للسيارات... يعمل في الفندق 68 عامل.
- فندق الشلالة "حمام دباغ": يبعد عن مقر الولاية بـ 20 كلم، شيد على أرض حي روماني عتيق، نظرا لطقسه المعتدل وخصائص مياهه العلاجية التي تعد من أدفأ المياه في العالم بدرجة 97.0 درجة عند نبوعها من باطن الأرض يتوفر المركب على تجهيزات طبية و فندقية مجمعة لتوفير جميع التسهيلات للمرض بالإضافة إلى 60 غرفة و 110 بنغالوا خاص بالعائلات التي تتوفر في المجموع على حوالي 625 سرير، ويعمل في فندق الشلالة حوالي 244 عامل، كما توجد بحمام الشلالة مطاعم توفر وجبات صحية عند الطلب إضافة إلى نواد عديدة، مقاهي، مساحات خضراء شاسعة تدعو إلى الراحة والتسلية و يوجد بالمركب مركز تجاري يسمح للزبائن بقضاء حاجاتهم.
- فندق النجمة: ويوجد وسط المدينة في 19 شارع سليمان عمار وهو فندق خاص غير مصنف، يحتوي الفندق على 17 غرفة توفر 27 سرير، حيث يعمل فيه عاملان وهو يتوفر على المرافق الضرورية.
- فندق التاج: ويوجد في مفترق الطرق وسط المدينة، بالضبط في شارع أول نوفمبر 54، وهو فندق خاص غير مصنف، قدرته الإيوائية هي 30 سرير من 21 غرفة حيث يعمل فيه عمال، و الفندق معروف بواجهة الجذابة و استقباله الأكثر جاذبية.
- فندق طارق: ويقع في 05 ساحة عبدي مبروك - قالمة - وهو فندق خاص غير مصنف دخل الاستغلال عام 1982، و يحتوي على 12 غرفة تتوفر على 16 سرير يعمل به 06 عمال
- فندق الكرامة: ويقع في شارع سليمان عمار وسط المدينة وهو فندق خاص غير مصنف دخل الاستغلال عام 1998، و يحتوي على 12 غرفة تتوفر على 16 سرير يعمل به 06 عمال.
- فندق هوارة: ويوجد في بلدية نشماية التابعة لولاية قالمة و بالضبط في الطريق الرابط بين قالمة و عنابة، وهو فندق خاص غير مصنف، دخل الاستغلال عام 1984، و يتوفر الفندق على 26 غرفة تحتوي على 38 سرير، حيث يعمل به 06 عمال.
- فندق بن ناجي: وهو ثاني فندق بحمام دباغ، وهو ما يصطلح عليه بالحمام القديم وهو فندق خاص غير مصنف، دخل الاستغلال عام 2001، يعمل به 08 عمال، حيث يحتوي على 21 غرفة توفر 54 سرير.
- مركب البركة المعدني: يقع المركب المعدني البركة في قلب جبال أولاد علي المعروفة بمناظرها الطبيعية الخلابة، على بعد 15 كلم غرب مدينة قالمة و 50 كلم جنوب غرب مدينة عنابة على الطريق الوطني.
- مركب بوشهرين: تم إنشاؤه عام 2007 في قلب قرية أولاد علي التابعة لبلدية هيليو بوليس على بعد 15 كلم من مقر الولاية على الطريق الوطني رقم 8 الرابط بين مدينة قالمة والفجوج، محاط بمناظر طبيعية

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

ساحرة وحلابة ومتمتع بموقع جغرافي مهم، يحتوي على العديد من المنابع المعدنية والآثار الرومانية التي أعطت للموقع جاذبية مميزة.

- فندق الشرق: يوجد وسط المدينة في 23 شارع أول نوفمبر 1954، وهو فندق خاص غير مصنف دخل الاستغلال عام 2000، ويحتوي الفندق على 14 غرفة توفر 20 سرير حيث يعمل به 4 عمال.
- ب-بيوت الشباب: تنشأ في الكثير من الدول وتتولى إدارتها جمعيات تشرف عليها وزارة الشباب ووزارة الشؤون الاجتماعية، حيث يسمح لأعضائها بارتياح هذه البيوت للإقامة بها مقابل مبلغ زهيد وتعتمد على خدمة الفرد لشخصه.

جدول رقم (10): بيوت الشباب في ولاية قالمة

الرقم	التسمية	مكان التواجد	قدرة الإستيعاب
01	بيت الشباب محمدي يوسف	بلدية قالمة	60
02	بيت الشباب حمام أولاد علي	بلدية هيليو بوليس	45
03	بيت الشباب حمام دباغ	بلدية حمام دباغ	30
04	بيت الشباب بوشقوف	بلدية بوشقوف	60
المجموع			195

المصدر: مديرية السياحة - قالمة-

1-2- الوكالات والجمعيات السياحية:

أ-الوكالات السياحية:وهي مؤسسات وظيفتها الأساسية الوساطة بين مقدمي المنتجات والسياح، وهي تعمل على تنمية السياحة بالولاية خاصة للسياح الأجانب، ويمكن إظهار الوكالات السياحية بولاية قالمة بالجدول التالي:

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم (11): الوكالات السياحية بولاية قالمة

الرقم	اسم الوكالة	العنوان
01	مرمورة	06 شارع 01 نوفمبر 1954 - قالمة -
02	أماني تور	19 جوان 1965 شارع بخاخشة صالح رقم 107 - قالمة -
03		22 طريق 8 ماي 1945 - قالمة -
04		
05	فرع ملاك تور	حي قدماء المكافحين - قالمة -
06	مسك تور	19 جوان رقم 217 - قالمة -
07	أميمة تور	02 رقم: 55 هيليو بوليس - قالمة -
	ماونة للسياحة والأسفار	بخاخشة عبد اللطيف - قالمة -
	سارة أسفار	

المصدر: مديرية السياحة - قالمة -

ب-الجمعيات السياحية: نظرا للدور الكبير الذي تلعبه الجمعيات ذات الطابع السياحي في النهوض بالسياحة، فقد تم تكوين جمعيتين بولاية قالمة:

جدول رقم (12): الجمعيات السياحية بولاية قالمة

الرقم	اسم الجمعية	العنوان
01	الديوان المحلي للسياحة	شارع جيش التحرير الوطني
02	جمعية ترقية السياحة والتنشيط الثقافي	حي 180 مسكن عمارة 04 - قالمة -

المصدر: مديرية السياحة - قالمة -

- الديوان المحلي للسياحة: من الخدمات التي يقدمها هذا الديوان:
 - ✓ إقامة معرض على مدار السنة
 - ✓ المشاركة في التظاهرات السياحية يومي 23 جوان " اليوم العربي للسياحة " و 27 سبتمبر " اليوم العالمي للسياحة".
 - ✓ المشاركة في التظاهرات التي تقام من طرف القطاعات الأخرى المكمل للسياحة.
 - ✓ إقامة حصص في الإذاعة المحلية من حين لآخر للتعريف بالمقومات السياحية.
 - جمعية ترقية السياحة والتنشيط الثقافي: من الخدمات التي تعرضها:
 - ✓ إحياء التظاهرات السياحية السنوية يوم 23 جوان " اليوم العربي للسياحة " .
 - ✓ إنجاز بعض الدعائم الترقية.
 - ✓ تحديات الهياكل السياحية.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

رغم توفر الولاية على هياكل سياحية هامة وفي مواقع تساعد على الوصول إليها والاستفادة منها إلا أن هذه الهياكل تعاني من عدة تحديات أهمها:

- نقص المسابقات والتظاهرات والمهرجانات بالولاية، والتي تشجع وتعرف السياح بالمنطقة.
- كثرة الفنادق بالولاية والتي تتفاوت جودة خدماتها، إلا أنها على العموم ليست بالمستوى المطلوب.
- بعض الفنادق تعاني من مشكلة الشركاء والورثة مما يحمل على التهاون.
- فرض ضرائب مرتفعة نسبيا على هذه الهياكل.
- انخفاض الوعي الثقافي السياحي في التعامل سواء من قبل الموظفين أو السياح خاصة المحليين.
- عدم تشجيع السلطات المعنية بالسياحة الاستثمارات في هذا المجال وخاصة مشكلة العقار والتسريحات.
- طول فترة تسديد الفواتير في حال التعاملات مع المؤسسات وخاصة العمومية.
- عدم استجابة الأمن في الوقت المناسب في حال وقوع مشاكل.
- عدم فعالية التسويق السياحي.

2-السياح الوافدين إلى ولاية قالمة:

يمكن إيضاح عدد السياح الوافدين إلى ولاية قالمة فيما يلي:

2-1-العدد الإجمالي للسياح الوافدين على الولاية:

جدول رقم (13): السياح الوافدين على ولاية قالمة

سنة 2012		سنة 2011	
أجانب	جزائريين	أجانب	جزائريين
1505	106651	1389	94682

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

يتضح من هذا الجدول أن عدد السياح يزداد عددهم من سنة إلى أخرى، حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الولاية سنة 2011 بـ: 94682 سائح ووصل عددهم في سنة 2012 بـ: 10665، هذا بالنسبة للجزائريين. أما بالنسبة للأجانب فقد بلغ عددهم في سنة 2011 بـ: 1389 سائح، وفي سنة 2012 وصل إلى 1505 سائح.

2-2- السياح المؤطرين من طرف وكالات السياحة والأسفار:

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

جدول رقم (14): السياح المؤطرين من طرف وكالات السياحة

السنوات	السياح الجزائريين	السياح الأجانب
2008	2559	843
2009	2574	207
2010	4887	396
2011	3774	28
2012	4250	636

المصدر: مديرية السياحة - قالمة-

يتضح من خلال الجدول، أن عدد السياح المؤطرين من طرف وكالات السياحة والأسفار ضئيل مقارنة بإجمالي السياح الوافدين إلى الولاية، فبالنسبة للجزائريين يلاحظ أنه عرف ارتفاعا متواصلا خلال السنوات الثلاثة 2009، 2008، و 2010 ولكن بنسب ضعيفة، أما بالنسبة للأجانب فإن الإحصائيات تشير إلى انخفاض كبير، حيث بلغ في سنة 2008 (843 سائح) وفي سنة 2009 ويصل إلى 207 سائح، ثم في سنة 2010 (396 سائح)، أما في السنوات الأخيرة لـ 2011 و 2012 بالنسبة للجزائريين فقد عرف انخفاضاً في سنة 2011، فقد وصل 28 سائح ولكن سرعان ما عاود الارتفاع في سنة 2012 بـ: 636.

ويمكن إرجاع سبب تسجيل نتائج سلبية في عدد السياح إلى عدم اعتماد وكالات السياحة والأسفار على تكنولوجيات الإعلام والاتصال، التي تمكن وتسهل مهمة الأجانب في الحجز والسفر إلى الجزائر، وكذلك قلة مشاركتها في المعارض السياحية المنظمة خارج الوطن.

3- الإيرادات السياحية لولاية قالمة:

يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (15): الإيرادات السياحية بولاية قالمة.

الوحدة: دينار جزائري.

السنوات	الإيرادات السياحية
2008	345074395.00
2009	404031278.50
2010	442691877.20

المصدر: مديرية السياحة - قالمة -

نلاحظ من خلال الجدول أن الإيرادات السياحية لولاية قالمة خلال السنوات 2008، 2009، 2010 عرفت ارتفاعاً مستمراً، ويمكن إرجاع هذا الارتفاع أساساً إلى نمو الحركة السياحية، وكذلك تطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البنية التحتية ومؤسسات الإقامة ومشروعات النقل، إضافة إلى تحسن الوضعية الأمنية.

المطلب الثالث: سبل تطوير وترقية القطاع السياحي بولاية قالمة

1- الاستثمار السياحي في ولاية قالمة:

إن الكلام عن الاستثمار السياحي في ولاية قالمة يؤدي بنا إلى الحديث عن الاستثمار داخل منطقة التوسع السياحي والاستثمار خارج منطقة التوسع السياحي، والمقصود بمنطقة التوسع السياحي: هي المكان الذي يصبح هدفا للطلب السياحي نتيجة العلاقات التي تتحقق من المغريات السياحية التي تتمتع بها المنطقة، واتجاهاتها ودوافع النشاط السياحي والتسهيلات السياحية المتاحة للوصول إلى هذه المنطقة.

أ- المشاريع السياحية في طور الإنجاز داخل منطقة التوسع السياحي حمام دباغ: المعلومات المتحصل عليها من مديرية السياحة لا توجد أي مشاريع قيد الإنجاز داخل منطقة التوسع.

ب- المشاريع السياحية في طور الإنجاز خارج منطقة التوسع السياحي حمام دباغ: يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

جدول (16): المشاريع السياحية في طور الإنجاز خارج منطقة التوسع السياحي

الرقم	البلدية	طبيعة المشروع	عدد المستخدمين	تاريخ الأشغال	قدرات الإيواء	المساحة (م ³)	نسبة الإنجاز (%)
01	بوشقوف	فندق+ مطعم+ مقهى+ موقف	20	2002/09	33	993	71
02	حمام أولاد علي	بناغل+ غرف+ استحمام+ مركز تجاري+ مطعم+ مقهى	40	2008/08	147	39171.53	78
03	حمام أولاد علي	فندق+ سويت+ حمام+قاعة+ حفلات+	50	2009/07	78	62176.66	08

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

					قاعة اجتماعات + مطعم + مقهى مركز تجاري		
-	-	24	-	-	فندق+ مطعم	هواري بومدين	04

المصدر : مديرية السياحة - قالمة-

ما يلاحظ من خلال الجدول أن هذه المشاريع من شأنها تنشيط التنمية السياحية بالولاية والارتقاء بالخدمات السياحية، وكذلك التقليل من البطالة ولو بنسبة ضئيلة جدا، إلا أن هذه المشاريع لا تكتمل بعد رغم طول المدة من تاريخ انطلاقتها إلى حد الآن، فالمشروع المتواجد ببلدية بوشقوف رغم انطلاقتها سنة 2002، إلا أنه لم يتم إنجاز سوى 71% من حجم المشروع، ونفس الشيء بالنسبة للمشاريع الأخرى، والسبب الذي أدى إلى توقف هذه المشاريع بمك إرجاعه إلى عدة أسباب و على رأسها عدم وجود التمويل الكافي لها.

ج- المشاريع السياحية المتوقفة: يمكن إبرازها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(17): المشاريع السياحية المتوقفة

الرقم	البلدية	طبيعة المشروع	موقع المشروع	عدد المستخدمين	تاريخ انطلاق المشروع	المساحة
01	بوشقوف	فندق	خارج منطقة التوسع السياحي	15	1999/10/27	342
02	مجاز الصفاء	فندق	خارج منطقة التوسع السياحي	10	2002	800
03	مجاز الصفاء	نزل	خارج منطقة التوسع السياحي	12	2006/08	3000
04	حمام دباغ	مركب سياحي	داخل منطقة التوسع	58	2004/08/30	241746

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

			السياحي			
400000	2004/12/26	15	داخل منطقة التوسع السياحي	مركب سياحي	حمام دباغ	05

المصدر : مديرية السياحة - قالمة -

في هذا الصدد تسعى مديرية السياحة ونظرا لاحتواء السياحة على أماكن ذات ميزات جذب سياحي إلى اقتراحها لمناطق توسع سياحي، بالتنسيق مع مختلف المصالح المعنية على غرار منطقة ماونة ببلدية بن جراح والتي يصل ارتفاعها إلى 1141، بالإضافة إلى مناظرها الخلابة، والتي حاليا تمثل المتنفس الوحيد لسكان الولاية خلال نهاية الأسبوع والعطل، مما يشجع على بعث عدة منتوجات سياحية كالسياحة البيئية، السياحة التجولية، سياحة الصيد، سياحة الاستجمام والترفيه... الخ.

وكذا منطقة توسع سياحي جديدة بمنطقة بني صالح ببلدية بوشقوف، والتي تعد من المناطق النادرة لاحتوائها على فضاءات طبيعية تتميز بالانسجام والتناسق فيما بينها، وكذا احتوائها على بعض الحيوانات كالإبل البربري.

ورغم مبادرة مديرية السياحة بولاية قالمة باقتراح منطقة توسع سياحي بمنطقة ماونة، إلا أنها تلقت عراقيل تمثلت في رفض اقتراحاتها من قبل محافظة الغابات لولاية قالمة بالرغم من أن قطاع السياحة من أولويات المحافظة على المناطق الطبيعية لما لها من فوائد عديدة.

2- مخطط لدعم النمو الاقتصادي لسنة 2010-2014:

استفاد قطاع السياحة لولاية قالمة خلال هذه الفترة (2010-2014) من العديد من المشاريع والدراسات السياحية التي من شأنها تنمية وتطوير القطاع بالنظر إلى الأهمية البالغة لها. وتمثل هذه المشاريع والدراسات فيما يلي:

* دراسة من أجل إنجاز وتجهيز مركز للإعلام والتوجيه السياحي.

* دراسة لإعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية لولاية قالمة.

* دراسة لتهيئة الموقع السياحي " بئر عصمان " بحمام دباغ.

* إنجاز وتجهيز مقر لمديرية السياحة والصناعة التقليدية.

ويمكن الإشارة إلى أنه لم يتم بعد الشروع في إنجاز هذه المشاريع.

3- اتفاقيات تمويل مبرمة بين وزارة السياحة والبنوك:

في إطار متابعة مشاريع الاستثمار السياحي الخاص، لاسيما مسألة التمويل التي تعد من أهم الأسباب التي تعرقل السير الحسن للمشاريع، أن الوزارة قد قامت بإبرام يوم 22 ماي 2012 ست (06) اتفاقيات إطار مع المؤسسات البنكية والمالية التالية:

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قائمة - في تمويل المشاريع السياحية

- القرض الشعبي الجزائري (CPA)
- بنك التنمية المحلية (BDL)
- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)
- بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)
- صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)
- شركة الجزائر استثمار (SPA)
- أما بخصوص مزايا هذه الاتفاقيات، فإنها تنحصر عموما على النقاط التالية:
 - ✓ التمويل حتى 70% بالنسبة للاستثمارات المتميزة و ذات الأهمية الوطنية.
 - ✓ تمديد مدة تسديد القروض بالنسبة للاستثمارات العامة والمتميزة.
 - ✓ مدة دراسة الملفات لا تتعدى:
 - ❖ 40 يوما بالنسبة للمشاريع الاستثمارية.
 - ❖ 30 يوما بالنسبة لقروض الاستغلال و العصرية وذلك من تاريخ إيداع الملفات.
- كما تم التطرق في هذه الاتفاقيات على تجسيد محتوى المادتين رقم 79 و 80 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009 بخصوص نسبة 3% و 45% من معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- ✓ يتكفل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAA) بضمان تمويل التجهيزات.
- ✓ تقوم SPA " الجزائر استثمار" بدعم رؤوس أموال المستثمرين لتمكينهم من الحصول على القروض البنكية.

المبحث الثالث: دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل القطاع السياحي خلال الفترة(1990-2012)

يمكن تقديم القرض الشعبي الجزائري CPA والذي يعتبر واحد من أهم البنوك التجارية في الجزائر بسبب تنوع الخدمات المصرفية التي يقدمها، وسوف نتطرق إلى نشأته وبعض العموميات المتعلقة به، ومن ثم دراسة إحدى وكالاته المنتشرة عبر الوطن وهي وكالة قالمة من أجل تقييم تجربة هذا البنك في تمويل المشاريع السياحية خلال الفترة 1990-2012، بتقديم مجموعة من الإحصائيات المتعلقة بمساهمته في تمويل هذه المشاريع.

المطلب الأول: تقديم القرض الشعبي الجزائري

1- تعريف القرض الشعبي الجزائري:

إن القرض الشعبي الجزائري يخضع للتشريع البنكي والتجاري، ويعتبر بنكا عاما وشاملا مع الغير، ويتخذ مقرا له في نيج عميروش بالجزائر العاصمة، وله فروع وكالات ومكاتب تحقيق نشاطاته المختلفة. يضم القرض الشعبي الجزائري 121 وكالة تشرف عليها 15 مجموعة استغلال، ويبلغ عدد الموظفين 4515 فردا من بينهم 1259 حاصلين على شهادات جامعية ومن مدارس كبرى، وقد تطور رأس ماله 21631 مليار دينار جزائري سنة 2001.

2- نشأة القرض الشعبي الجزائري:

أنشأ بمرسوم رقم 366/66 الصادر بتاريخ: 26-11-1966 برأس مال بلغ 15 مليون دج، حيث ورث النشاطات المصرفية التي كانت تديرها البنوك الشعبية والمتمثلة في:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي للجزائر (BPCIA)
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة (BPCIAN)
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران (BPCIO)
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة (BPCIC)
- البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري.

وفي سنة 1985 انبثقت عن القرض الشعبي الجزائري بنك التنمية المحلية (BDL)، حيث تم التنازل لفائدته عن 40 وكالة بنكية وتحويل 550 موظف وإطار، وكذلك 89000 حساب تجاري للزبائن، وبعد إصدار القانون المتعلق باستقلالية المؤسسات سنة 1988 أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم تملكها الدولة كليا. وطبقا لأحكام هذا القانون فإن مهمة القرض الشعبي الجزائري تكمن في المساهمة في ترقية قطاع البناء والأشغال العمومية، قطاع الصحة وصناعة الأدوية. وبمقتضى المرسوم القانوني الخاص بإدارة الأموال التجارية للدولة وضعت المصارف العمومية تحت سلطة وزارة المالية وبعدها أوفى البنك

بكل الشروط المؤهلة المنصوص عليها في أحكام قانون النقد والقرض رقم: 10/90 الصادر في: 14-04-1990 تحصل البنك على الموافقة.

3- الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري:

أ-المديرية العامة: يترأسها الرئيس المدير العام (P.D.G) الذي يعتبر بمثابة العضو المركزي والقيادي، حيث يقوم بعمليات الربط والمراقبة والتسيير بصفة عامة وهو الذي يصدر القرارات والأوامر، كما يعمل على تطبيق إستراتيجية البنك وتنفيذ المخططات ومراقبتها، وإلى جانب الرئيس المدير تضم المديرية العامة هيئة استشارية ومفتشية عامة إضافية إلى خلية مراجعة، كما تضم خمس مديريات مساعدة تعمل إلى جانب المديرية العامة.

ب- المديريات العامة المساعدة: وهي مديريات مساعدة للمديرية العامة كل منها متخصصة في مجال ما - المديرية العامة المساعدة للالتزامات: وهي مديرية متخصصة في أعمال القروض ويتبعها من نزاعات قانونية، كما تقوم بالتمويل القانوني للمؤسسات الوطنية، لتقوم بتحضير ودراسة السياسة العامة للإقراض وتحديد الواجهة العامة للقروض ومتابعتها.

- المديرية العامة المساعدة للتنمية: تسهر على تحسين وتنمية هياكل البنك وتطوير نمط التشغيل وتنظيمه وتكون كعنصر أساسي في إعداد مخططات نمو البنك ودراستها، كما تقوم أيضا بدراسة ميزانية البنك ومراقبتها، وهي المديرية المكلفة بمركز الإعلام الآلي وتنمية نظام المعلومات بشكل عام وتسييره، ومن مهامها أيضا دراسة مشاريع الفروع الجديدة.

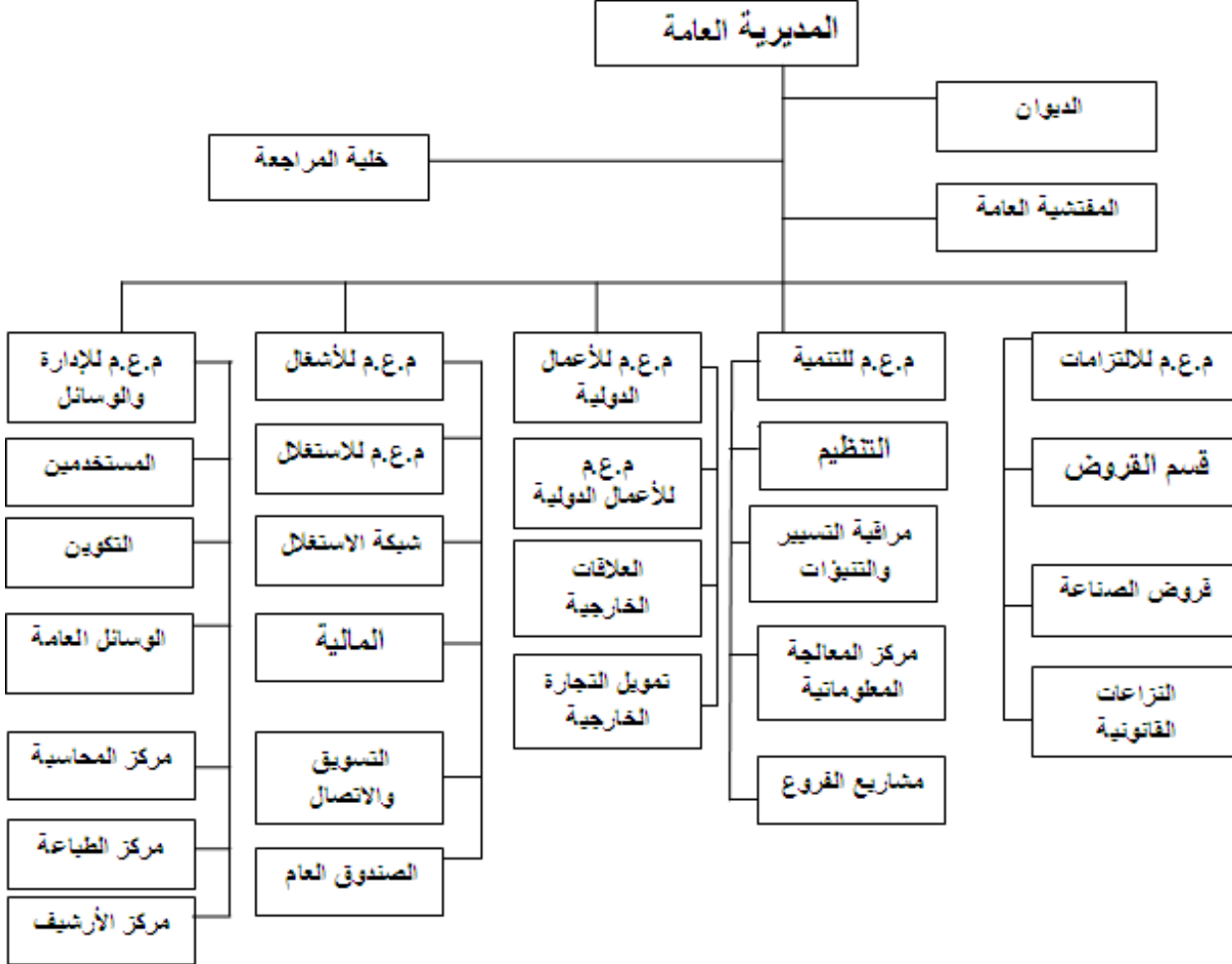
- المديرية العامة المساعدة للأعمال الدولية: ومهمتها تتمثل في التمويل الخارجي وتسيير عملية الصرف، وتسعى لتنمية العلاقات مع المنظمات المالية الدولية، كما تشارك في ترقية الصادرات الوطنية وتفاوض من أجل الضمانات البنكية الدولية، وضمان التحويلات للمراسلين الأجانب وتقوم أيضا بتمويل التجارة الخارجية.

- المديرية العامة المساعدة للاستغلال: وهدفها الأساسي هو تطوير النشاط التجاري للبنك وتنشيط الربط ومراقبة تسيير شبكة الاستغلال كما تشارك في إعداد مخطط التنمية وتوسيع شبكة الاستغلال، أيضا في تحديد الأهداف التجارية للبنك وفي إعداد ميزانية الاستغلال.

- المديرية العامة المساعدة للإدارة والوسائل: من مهام هذه المديرية تحضير سياسة الموارد البشرية ومخطط التشغيل وتكوين المستخدمين، كما أنها مكلفة بالوسائل والتجهيزات التقنية، وتضع مخططا لصيانتها وتطويرها، كما تختص هذه المديرية بإجراءات المحاسبة البنكية وهي المكلفة بعمليات الطباعة وحفظ الأرشيف.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قائمة - في تمويل المشاريع السياحية

شكل رقم (8): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري



المصدر: القرض الشعبي الجزائري-وكالة قائمة-

4-وظائف القرض الشعبي الجزائري:

أسندت للقرض الشعبي الجزائري عن تأسيسه مجموعة من الوظائف من أهمها:

- القيام بجميع العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية.
- إقراض الحرفيين والفنادق والقطاعات السياحية والصيد والتعاونيات (غير الزراعية) في ميدان الإنتاج والتوزيع والمتاجرة، وعموما إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME أيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن الحرة وقطاع المياه والري.
- تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل خاصة تمويل السكن والبناء والتشييد.
- تمويل القطاع السياحي والأشغال العمومية، والبناء والري والصيد البحري.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

بالإضافة إلى الوظائف التي ذكرناها ووفقا للمتطلبات الاقتصادية الجديدة، فقد تطور دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل القطاع الخاص وكذا العام، وأصبح له حرية التعامل مع كافة النشاطات الاقتصادية مالية كانت أو تجارية.

5- أهداف القرض الشعبي الجزائري:

يقوم مبدأ عمل القرض الشعبي الجزائري على عدة أهداف يمكن توضيحها كالتالي:

- الأساس الجوهري هو الربحية من خلال القرض التي تقدمها.
- البناء والتشييد وهذا يتم بإعطاء قروض طويلة ومتوسطة الأجل لمن يريد الحياة على مسكن.
- إعطاء القروض لقدماء المجاهدين والذي يسمى بالقرض الاستهلاكي، وقروض بناء السكنات والبناءات الريفية شراء أراضي العقارية للمستثمرين.
- الوسيط في العمليات المالية المصرفية والعقارية من حيث الإصدار وسنة الفائدة.
- إعطاء القروض للحرفيين وتكون قصيرة الأجل، و القروض العقارية وقروض السيارات طويلة الأجل.
- التخفيض من الأزمات الحالية المحلية كإسكان ومراعاة سنة الفائدة المناسبة للمواطنين.
- التحكم في القروض والتسيير المحكم في سياسة المديونية الخارجية.
- مراقبة التسيير المالي وإدخال تقنيات جديدة في مجال التسيير والتسويق المصرفي العقاري.

المطلب الثاني: تقديم القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة -

1- تعريف لوكالة القرض الشعبي الجزائري - قالمة-

تعتبر وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة من المؤسسات المالية التي تم تأسيسها بنشوء وكالة الشرق للقرض الشعبي الجزائري بعناية بعد الضغط المالي الإداري على وكالة عناية، فأعطت الوكالة المركزية بالعاصمة ترخيص بتأسيس هيكل مالي إداري بقالمة تحت رقم الوكالة 320 مع بقاء المهام الجوهرية بوكالة عناية المصرفية، تم تأسيس وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة سنة 1976 مع تخصيص مبلغ مالي قدر بـ: 150 مليار سنتيم، وكل قرض يقدم يحظى بقبول من وكالة عناية الجهوية، يقوم مبدأ عمل مبدأ وكالة قالمة منح قروض الاستهلاك، قروض السيارات، قروض عقارية وسكنية، قروض الصحة والدواء، قروض السياحة والفندقة، الحرف، وهي قروض من الشكل القصير والطويل الأجل، ويمكن هدفها في توفير السيولة وزيادة الربحية.

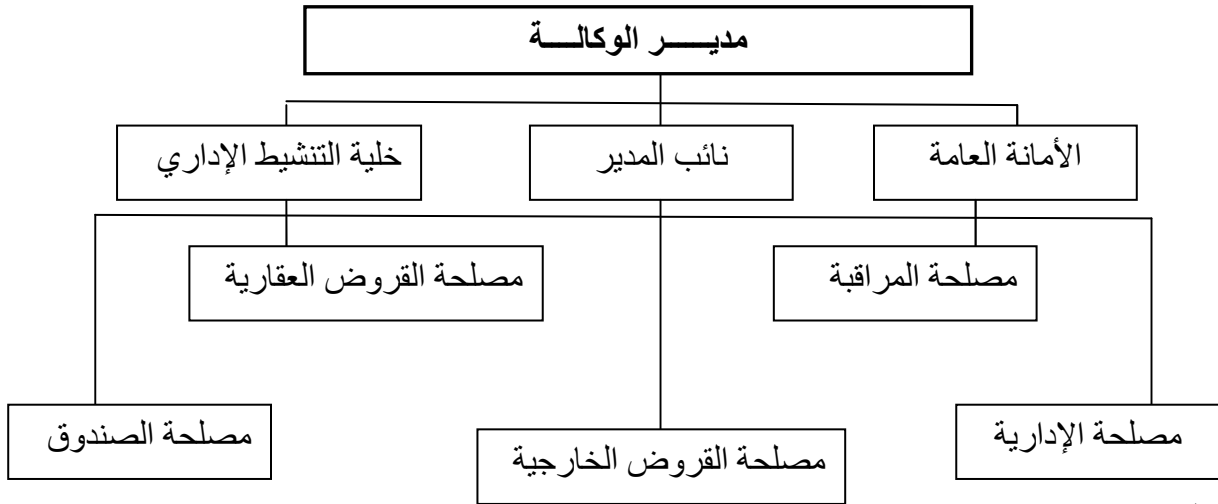
2- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري- قالمة-

تعتبر وكالة قالمة وكالة رئيسية تقوم بمختلف العمليات البنكية، سواء كانت عقارية أو تجارية ويتمثل هيكلها التنظيمي على النحو التالي:

- المدير: يعتبر المشرف العام على كل المصالح الموجودة في الوكالة.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

- نائب المدير: وهو المشرف على كل مصالح الوكالة، وكذا الأمانة العامة، ويقوم بمساعدة المدير في أعماله وأخذ مكانه في حالة غيابه.
- الأمانة العامة (سكرتارية): تتكفل باستقبال كل بريد صادر ووارد من وإلى الوكالة، والتكفل بمواعيد المدير.
- مصلحة الإدارة: تتكفل بإدارة شؤون العمال والحفاظ وصيانة المؤسسة.
- مصلحة المراقبة: وهي المصلحة التي تشرف على مراقبة مدى إتباع باقي المصالح للعمليات المصرفية عن طريق القروض العقارية ومدى مطابقتها أعمالها وفق النظم القانونية المعمول بها.
- مصلحة الصندوق: وتتكون من خليتين:
 - ✓ الخلية الأولى: من مهامها: استقبال الزبائن والقيام بعملية التزويد والسحب، وتسليم دفاتر الشيكات.
 - ✓ الخلية الثانية: من مهامها: تحويل الأموال من حساب إلى حساب، وتحويل الأموال عن طريق المقاصة.
- مصلحة القروض العقارية: وتنقسم إلى خليتين أساسيتين هما:
 - ✓ الخلية الأولى: وهي خلية دراسة وتحليل طلبات القروض العقارية.
 - ✓ الخلية الثانية: وهي خلية المتابعة الإدارية والشؤون القانونية للقروض العقارية.
- مصلحة القروض الخارجية: نسهر على إتمام عمليات المبادلات التجارية التي تتم عن طريق الاستيراد والتصدير ويمكن تلخيص الهيكل بوكالة قالمة في الشكل الموالي:
شكل رقم(9): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة-



المصدر: القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-

3- مراحل منح وتسيير القروض على مستوى بنك القروض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-

تتمثل المراحل التي تمر بها عملية منح القروض:

3-1 إعداد وتقديم ملف القروض:

إن تقديم ملف القروض يبدأ أولاً بحضور الزبون إلى البنك وتقديم نفسه أمام رئيس مصلحة العلاقات مع الزبائن حيث يقوم هذا الأخير بإجراء مقابلة خاصة مع الزبون وذلك من أجل معرفة الدافع الأساسي الذي جعله يطلب هذا القرض ويتم معرفة المشروع الذي سينجزه، بعد ذلك يتم الطلب من الزبون تكوين ملف القرض وذلك تبعاً للنموذج الذي يعده البنك لهذا الغرض، ويشمل على عدة بيانات للتعرف أكثر على الزبون.

ويتكون ملف القرض من الوثائق التالية:

3-1-1- الوثائق الإدارية القانونية:

والتي تتمثل في:

- طلب خطي من طرف الزبون يوضح فيه مبلغ القرض ونوع المشروع الذي سيستثمر فيه.
- نسخة للسجل التجاري للمنشأة (طبق الأصل).
- نسخة مصادق عليها من القانون الأساسي بالنسبة للمنشأة.
- نسخة مصادق عليها من النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.
- نسخة مصادق عليها من عقود الملكية أو عقود الإجراء.
- شهادة الميلاد وشهادة الإقامة.
- وثيقة التأمين عن كل الأخطار.
- قرار ANDI الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار للحصول على الامتيازات الجبائية.

3-1-2- الوثائق المحاسبية والجبائية:

أ- الوثائق المحاسبية:

* بالنسبة لطلب قروض الاستغلال:

- الميزانيات المحاسبية وجدول حسابات النتائج وجدول الملحق الأخرى لثلاث دورات سابقة.

* بالنسبة لطلب قرض الاستثمار:

- الميزانيات المحاسبية التقديرية وجدول حسابات النتائج للخمس سنوات المقبلة .

ب- الوثائق الجبائية:

أما بالنسبة للوثائق الجبائية والشبه الجبائية فيجب إحضار وثيقة عدم وجود أي التزام اتجاه مصالح الضرائب أو الضمان الاجتماعي لفترة لا تزيد عن ثلاث أشهر.

3-1-3- الوثائق المالية والتقنية:

- دراسة تقنو اقتصادية للمشروع وتكون مفصلة من الخمس السنوات المقدمة.

- مخطط التمويل.

- برنامج إنجاز المشروع.

- الفواتير التقديرية أو العقود التجارية للمشتريات.

3-2- الدراسة الأولية للقرض:

بعد تقديم ملف القرض من طرف العميل، تقوم الوكالة البنكية بمجموعة من المراجعات

والتدقيقات الأولية ذات الطابع القانوني والمحاسبي، حيث يقوم المكلف بالدراسات من مراجعة كل الوثائق التي تم تقديمها، كالتأكد من عنوان الزبون أو المشروع أو كذا من عقود الملكية أو إيجار، نشاط الزبون ومختلف الوثائق المقدمة.

وإذا كانت هذه المراجعة تمت في ظروف عادية وتضمنت كل الإجراءات الواجب القيام بها وأسفرت عن نتائج مرضية، بعد ذلك يتم دراسة ملف القرض وتحليل المعلومات المقدمة من طرف العميل تحليلا ماليا، ويتطلب هذا التحليل استعمال الميزانيات المحاسبية التقديرية وجداول حسابات النتائج الموجودة في ملف القرض، ويتم حساب بعض النسب من أهمها:

التوازن المالي، السيولة العامة، نسبة التمويل الذاتي، نسبة الملائمة المالية، احتياجات رأس المال العامل، المردودية المالية، مدة دوران المخزون، مدة الزبائن، مدة المورد.

ثم يتم التعبير عن أرقام هذه النسب المتحصل عليها من طرف المكلف بالدراسات.

3-3- دراسة الضمانات:

يطلب البنك ك الزبون الضمانات اللازمة لتغطية قيمة القرض ويقوم المكلف بالدراسات من دراستها وذلك من أجل معرفة إمكانية تحقيقها هذا الشرط وهو تناسب الضمانات مع قيمة القرض، وتتمثل الضمانات التي يطلبها بنك القرض الشعبي الجزائري- وكالة قالمة- من:

3-3-1- الضمانات الشخصية: تتمثل الضمانات الشخصية في تعهد شخص أو عدة أشخاص لوفاء بالدين عوض المدين عند عجزه عن تسديد قيمة القرض، وبشرط أن يتمتع الضمان بمركز مالي جيد وذو سمعة جيدة لدى البنك والشخص الضامن يتخذ عدة أشكال هي:

أ- الكفالة : ويلتزم بموجبها شخص معين بتنفيذ التزامات المدين تجاه البنك إذا لم يستطع الوفاء بالتزاماته عند حلول تاريخ الاستحقاق.

ب- الضمان الاحتياطي: هو تضمن من قبل الضامن بتسديد مبلغ القرض الذي حصل عليه

المدين، حيث يقوم هذا الأخير بالتوقيع على ورقة تجارية عادة ما تكون بقيمة القرض.

3-3-2- الضمانات العينية: تتركز الضمانات العينية على موضوع الشيء المقدم كضمان وتتمثل في قائمة من السلع والتجهيزات والعقارات التي تمنح على سبيل الرهن وليس تحويلا للملكية، وللبنك حق بيع هذه

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالة - في تمويل المشاريع السياحية

الضمانات في حالة عجز العميل عن السداد وتمثل هذه الضمانات في الرهن الحيازي و الرهن العقاري.
3-4- تحديد المخاطر: بناء على التحليل السابقة لملف القرض وبالاعتماد على المعطيات التي تضمنها الملف بخصوص القرض والزبون، يقوم المكلف بالدراسات من تحديد المخاطر التي يمكن أن تحيط بالقرض من حيث خطر عدم السداد مع ذكر الأسباب المؤدية إلى ذلك.

في الأخير يقوم المكلف بالدراسات بتقديم تقريره يلخص فيه ما يلي:

- مدخل للتعرف بالعميل أو المنشأة: يحتوي على كل المعلومات الخاصة.
- الهيكل المالي: يتم فيه تحليل الجدول المالي.
- النشاط: يبين نتيجة النشاط ومقارنتها برقم الأعمال وإبراز المنافسة الموجودة وغيرها من الملاحظات التي يراها المكلف بالدراسات ضرورية.
- موضوع القرض: يتم فيه تبيان سبب طلب القرض والغاية من استعماله.
- الأخطار: يسجل المكلف بالدراسات كل ما يمكن أن يؤثر على تسديد القرض.
- النتيجة: يعطي المكلف بالدراسات رأيه حول الزبون ومدى إمكانية تقديم القرض له ويجب سبب حكمه بالاستدلال بالنتائج التي تحصل عليها.

3-5- الإجراءات التي يتبعها القرض الشعبي الجزائري- وكالة قالة- لمنح القروض:

يقوم البنك بعد التأكد من أن الملف الذي تقدم به المقترض كامل ويحتوي على جميع الوثائق الضرورية يقوم بما يلي:

- التأكد من صحة الوثائق المقدمة إليه، ومن سمعة الشخص طالب القرض خاصة في حالة كون الشخص عميل جديد لدى البنك.
- الاتصال بباقي البنوك لمعرفة علاقة المقترض بها، وهل قدمت له قروض لم يسدها بعد أم قام بتسديدها.
- القيام بدراسة اقتصادية للمشروع من خلال دراسة مردودية، والأخطار التي يمكن أن يتعرض لها، وتأثيره على المنطقة والاقتصاد الوطني.
- القيام بدراسة حول المنافسة في السوق.
- التأكد من قيمة الضمانات المقدمة
- بعد هذه الدراسة الدقيقة من طرف خلية الدراسات والتحليل على مستوى وكالة قالة يتم إرسال الملف للمديرية الجهوية بعناية والتي تقوم بدورها بدراسة الملف وتقرح مبلغ القرض والشروط اللازمة والضمانات الممكنة، ثم يرسل الملف إلى المديرية العامة بالجزائر العاصمة والتي تقوم بتصريح النهائي للقرض وشروطه والضمانات المقدمة.
- ويتم منح هذه القروض بامتيازات منها:

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

✓ تخفيض في معدل الفائدة.

✓ إعطاء مهلة للتسديد تقدر بسنة كاملة.

✓ فوائد على القروض بمعدل متغير ومنخفض.

✓ الحصول على القرض بامتيازات جبائية وشبه جبائية منها الإعفاء لمدة 5 سنوات من تسديد الضرائب.

المطلب الثالث: مساهمة القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة- في تمويل المشاريع السياحية خلال
الفترة 1990_2012

من أجل تقييم تجربة القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة- في تمويل المشاريع السياحية خلال الفترة
1990-2012 سوف نقوم بتقديم مجموعة من الإحصائيات المتعلقة بمساهمة هذا البنك في تمويل المشاريع
السياحية خلال هذه الفترة.

1-تطور حجم الملفات خلال الفترة 1990-2012 :

لمعرفة مدى إقبال المستثمرين على البنك لتمويل مشاريعهم السياحية نستعرض الجدول التالي:

جدول رقم (18): تطور عدد الملفات للفترة 1990-2012

الوحدة: ملف.

2012-2001	2000-1990	البيان الفترة
05	01	عدد الملفات المودعة
03	01	عدد الملفات المقبولة
02	00	عدد الملفات المرفوضة
60	100	نسبة الملفات المقبولة إلى الملفات المودعة(%)
40	00	نسبة الملفات المرفوضة إلى الملفات المودعة(%)

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-

من هذا الجدول و الذي يمثل حجم الملفات المودعة، المقبولة و المرفوضة من قبل البنك ونسبهما خلال الفترة
1990-2012 و التي يمكن تجزئتها إلى مرحلتين أيضا هما:

➤ المرحلة الأولى : الممتدة من 1990 إلى 2000

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالة - في تمويل المشاريع السياحية

وهي المرحلة التي بدأ فيها القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالة- في تمويل المشاريع السياحية حيث يسجل فيها الملاحظات التالية:

❖ الملفات المودعة: خلال هذه الفترة تم تسجيل حجم ضئيل من الملفات المودعة قدرت بملف واحد وهذه النتيجة تبين أن المستثمرين لا يقبلون على هذا النوع من المشاريع وذلك بسبب الصعوبات التي تواجههم للاستثمار في هذا المجال من جهة، و الأوضاع الأمنية التي عاشتها المنطقة و الجزائر ككل و التي حالت دون توافد السياح، و هذا ما جعل الاستثمار في هذا المجال يكاد يكون منعدما.

❖ الملفات المقبولة: لوحظ أنه خلال هذه المرحلة قد قبل البنك تمويل الملف الوحيد المودع، و بالتالي كانت نسبة الملفات المقبولة إلى المودعة تمثل نسبة 100(%) و ذلك رغم المشاكل الأمنية و التي قد تسبب في مشكل عدم الدفع، كما أن البنك حديث التعامل مع هذا النوع من المشاريع و لا يملك الخبرة الكافية في تمويلها، و يعود سبب قبول البنك لتمويل المشروع هو أن هذا المشروع كان يحقق دخلا رغم أن توافد السياح كان قليلا و لكنه لم يكن منعدما.

❖ الملفات المرفوضة: كانت حصة الملفات المرفوضة منعدمة لأنه لن يكن هناك سوى ملف واحد فقط مودع، كما أن البنك لم يرفض هذا الملف، و بالتالي كانت نسبة الملفات المرفوضة إلى المودعة مساوية لـ 0 (%)

➤ المرحلة الثانية: الممتدة من 2001 إلى 2012

منذ نهاية التسعينات و بداية سنة 2000 بدأت الأوضاع الأمنية في التحسن بالإضافة إلى زيادة الاهتمام بهذا القطاع الذي يظهر من خلال الجهود المبذولة لتحسين صورة الجزائر في الخارج، و من أجل معرفة مدى تأثير ذلك على حجم المشاريع السياحية المودعة و المقبولة و المرفوضة من طرف القرض الشعبي الجزائري خلال هذه الفترة نسجل الملاحظات الآتية من الجدول رقم (18)

❖ الملفات المودعة: خلال هذه المرحلة يلاحظ أن عدد الملفات المودعة قد ارتفع مقارنة بسنوات التسعينات و التي كان خلالها الملفات تكاد تكون منعدمة و ذلك للأسباب التي تم ذكرها من قبل، و لكن و منذ سنة 2001 إلى غاية 2012 بلغ حجم الملفات المودعة 5ملفات، و يعود سبب هذا الارتفاع إلى تحسن الأوضاع الأمنية، و هذا أدى بدوره إلى تزايد توافد السياح على المنطقة بعدما كاد ينعدم في السنوات السابقة هذا من جهة، و زيادة الاهتمام بهذا القطاع من طرف السلطات من جهة أخرى، خاصة بعد إنشاءها للأجهزة الداعمة التي تم دخولها أيضا المجال السياحي مثل ANDI (الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار)

❖ الملفات المقبولة: من خلال أرقام الجدول رقم 18 نلاحظ أنه من بين 5ملفات التي تم إيداعها لدى البنك، فإنه قد تم قبول 3 ملفات فقط، لكنه و بالنظر إلى نسبة الملفات المقبولة إلى المودعة و التي تمثل نسبة 60 (%) نجدها معقولة، و هذه الملفات المقبولة قد توفرت فيها الشروط المطلوبة، مما يدل أن البنك لا يمتنع في تمويل هذا النوع من المشاريع إذا توفرت فيها الشروط المطلوبة.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

❖ الملفات المرفوضة: يظهر لنا من الجدول أنه تم رفض ملفين متعلقين بالمشاريع السياحية أي ما يمثل نسبة 40(%) من الملفات المودعة، و يعود سبب ذلك إلى تخوف البنك من تمويل هذا النوع من المشاريع و التي مازال خطر عدم الدفع قائما بسبب ما أفرزته المشاكل الأمنية خلال السنوات السابقة، هذا بالإضافة إلى سبب عدم حصول أصحاب هذه المشاريع على التصريح من الأجهزة المختصة بمنحه.

2- نوع المشاريع السياحية الممولة و غير الممولة من طرف البنك خلال الفترة 1990-2012 :

كما هو معروف أن المشاريع السياحية قد تتخذ عدة أشكال، و من أجل معرفة أنواع هذه المشاريع الممولة من قبل البنك و تلك التي رفضت سوف نعرض الجدول التالي :

جدول رقم (19): توزيع الملفات المقبولة و المرفوضة حسب نوع المشروع السياحي للفترة 1990-2012.

الوحدة: ملف.

2012-2001		2000-1990		الفترة نوع المشروع السياحي
عدد المشاريع المقبولة	عدد المشاريع المرفوضة	عدد المشاريع المقبولة	عدد المشاريع المرفوضة	
1	2	0	0	فنادق
2	0	0	1	مطاعم
3	2	0	1	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-

يلاحظ من خلال الجدول أن نوع المشاريع التي يقبل عليها المستثمرون تنحصر في نوعين فقط و هما الفنادق و المطاعم حيث نلاحظ أنه في الفترة الممتدة من 1990-2000 تم قبول ملف واحد و المتمثل في إنشاء مطعم و لم يكن هناك ملفات تخص الفنادق وهذا راجع إلى الوضعية الأمنية التي كانت تعرفها الولاية بالإضافة إلى العدد الضئيل جدا للسياح الوافدين على الولاية، أما في الفترة الممتدة من 2001-2012 فيلاحظ أن المشاريع الممولة من طرف البنك متمثلة في المطاعم و الفنادق و هذا راجع إلى تحسن الوضعية الأمنية و زيادة عدد السياح، كما يلاحظ أن المشاريع السياحية التي رفضت من طرف البنك تتمثل في الفنادق حيث رفض فندقين، و يعود سبب ذلك إلى أن المستثمرين في الفنادق يواجههم مشكل العقار الذي يتطلبه إقامة هذا النوع من المشاريع السياحية .

للدلالة أكثر على دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل المشاريع السياحية نحاول توضيح ذلك من خلال مقارنة عدد المشاريع السياحية التي قام البنك بتمويلها بتلك التي تخص القطاعات الأخرى.

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري
- وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

3- تطور حجم الملفات في قطاع السياحة مقارنة بالقطاعات الأخرى خلال الفترة 2005-2012:

لمعرفة ما تمثله المشاريع السياحية بالنسبة لعدد المشاريع للقطاعات الأخرى سنستعرض الجدول التالي :

جدول رقم (20) : تطور عدد المشاريع الممولة من طرف البنك حسب القطاعات للفترة 2005-2012

الوحدة : ملف.

الرتبة	النسبة %	المجموع	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	السنوات القطاع
2	36.48	85	13	11	12	15	12	10	7	5	البناء و الأشغال العمومية
5	1.28	3	1	0	1	0	1	0	0	0	السياحة
4	4.72	11	2	2	1	0	3	0	1	2	الصناعة
1	44.20	103	20	18	15	12	10	12	8	8	النقل
3	13.30	31	6	7	4	2	3	3	4	2	خدمات أخرى
-	100	233	42	38	33	29	29	25	20	17	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات القرض الشعبي الجزائري-وكالة قالمة-

يلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن أكبر عدد من المشاريع الممولة هي تلك المرتبطة بقطاع النقل و قطاع البناء و الأشغال العمومية، و هذا ما يبرز رغبة البنك في تمويل مثل هذه الأنشطة لما تعكسه من آثار إيجابية على التنمية و نظرا لما تحققه من مردودية، حيث احتل قطاع النقل المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 44.20% من عدد المشاريع الإجمالي، أما قطاع البناء و الأشغال العمومية فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة تقدر بـ 36.48% ثم يأتي بعد ذلك المنشآت التي تقدم خدمات أخرى في المرتبة الثالثة بنسبة 13.30%، ليحتل بعدها قطاع الصناعة المرتبة الرابعة و ذلك بنسبة تقدر بـ 4.72%، أما قطاع السياحة فتحل المرتبة الأخيرة بنسبة تقدر بـ 1.28% و هذا راجع إلى موقع الولاية السياحي الذي لا يحظى بأهمية كبيرة رغم الإمكانيات الكبيرة التي لا تستغل بشكل جيد، بالإضافة إلى الصعوبات التي يواجهها المستثمرين في طلبهم للقروض من البنوك التي تمنح قروض قصيرة الأجل و التي لا تتماشى و خصوصية هذه الاستثمارات التي تتطلب قروض

الفصل الثالث : دراسة واقع وأفاق القطاع السياحي في الجزائر ومساهمة القرض الشعبي الجزائري - وكالة قالمة - في تمويل المشاريع السياحية

طويلة الأجل، وكذا تخوف المستثمرين من الاستثمار في مثل هذه المشاريع خاصة و أن السياحة في ولاية قالمة تتميز بالموسمية حيث تقتصر تقريبا على فصل الربيع وبدرجة أقل فصل الشتاء .

خاتمة الفصل :

يمكن أن تكون الجزائر قبلة فريدة و متميزة للسياح من كل أنحاء العالم، نظرا للإمكانيات السياحية الهائلة التي تتمتع بها، و في الوقت الذي يحتل فيه القطاع السياحي صدارة الأولويات في الكثير من الدول نجده في الجزائر رغم الإمكانيات السياحية الهائلة لم يصل بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه و بقيت إنجازاته ضعيفة إلا أن الجزائر تفتنت في السنوات الأخيرة إلى أهمية السياحة و أدركت أنها ضرورة حتمية، و ظهرت بعض المبادرات من السلطات العمومية من أجل استغلال هذا القطاع استغلالا صحيحا، فوضعت عدة برامج للنهوض بهذا القطاع، و من بينها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

و من خلال الدراسة الميدانية اتضح أن ولاية قالمة تضم إمكانيات سياحية هائلة إلا أن المعروف منها قليل، كما أن مساهمة النشاط السياحي في التنمية بالولاية ضئيل جدا مقارنة بالإمكانيات الهائلة المتوفرة، و يرجع هذا إلى ضعف الهياكل السياحية و عدم جودة خدماتها، بالإضافة إلى أن جل المشاريع الاستثمارية السياحية لم تكتمل رغم طول المدة من تاريخ انطلاقها و كذلك المشاريع المتوقعة منذ سنوات، و هذا ما يفسر جود تحديات عديدة و متنوعة تعرقل سير النشاط السياحي بالولاية، والتي تتمثل أساسا في عدم تشجيع الاستثمار السياحي من قبل السلطات و كذا مشكل التمويل .

حيث بإجراء الدراسة على القرض الشعبي الجزائري -وكالة قالمة -لاحظنا أن مساهمته في تمويل المشاريع السياحية كانت ضئيلة جدا و ارتكزت على نوعين من المشاريع تتمثل في المطاعم و الفنادق، كما أن الاستثمار في هذا المجال ضئيل للغاية و هذا راجع إلى نقص الاهتمام من قبل السلطات، و خوف البنوك من الاستثمار في هذا المجال المشكوك في مردوديته.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة :

يتضح من خلال هذا البحث أنه بإمكان القطاع السياحي المساهمة بجانب باقي القطاعات الاقتصادية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وذلك نظرا لما يحققه من مداخيل هامة بالإضافة إلى أنها صناعة تحتاج إلى الكثير من اليد العاملة، فهي تعتمد على العنصر البشري بصورة أساسية، فالقطاع السياحي لا يحتاج بشكل كبير إلى العلوم والتقنيات على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى، هذا ما يسهل على الدول النامية إمكانية تطوير هذا القطاع ومنافسة الدول المتقدمة، والجزائر معنية في هذا المجال إذ لا يمكنها أن تهمل هذا القطاع، خاصة وأنه أصبح تنوع الاقتصاد و الموارد على الصعيد المحلي ضرورة لا بد منها خصوصا أن السياحة ثروة لا تزول عكس المحروقات . إن الجزائر في هذا المجال تمتلك مقومات سياحية فريدة ومتميزة لا يستهان بها إلا أن طاقتها غير مستغلة بشكل كامل فبقيت إنجازات القطاع ضعيفة مقارنة بإمكاناتها السياحية، فصحیح أن الجزائر بلد سياحي يزخر بتنوع كبير ومنفرد من العرض السياحي إلا أن القطاع السياحي لم يحظى بالعناية الكاملة وبقي يتخبط في العديد من المشاكل و العقبات التي تأخر تطوره، ومن أجل استغلال هذا القطاع استغلالا حقيقيا وصحيحا وضعت السلطات المعنية برنامجا للتهيئة السياحية آفاق 2025 للنهوض بالقطاع السياحي وجعل الجزائر مقصدا سياحيا تنافسيا.

هذا بالإضافة إلى التحفيزات والضمانات التي تمنحها للمستثمرين في هذا المجال من خلال إنشاء عدة هيئات لتدعيم الاستثمار بشكل عام و الاستثمار السياحي بشكل خاص، بالرغم من ذلك فإن المشاريع السياحية كانت ضعيفة وهذا ما يظهر من خلال دراسة مساهمة القرض الشعبي الجزائري -وكالة قالة- في تمويل المشاريع السياحية.

النتائج :

-الجزائر تحتوي على مقومات وموارد سياحية هائلة إلا أنها لم تستغل إذ أن القطاع لا يزال مهمشا ولا يزال يعاني العديد من المشاكل .

- من أهم المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي عدم وجود التمويل الكافي للمشاريع السياحية بالرغم من قيام الدولة بمجموعة من الإجراءات لتحفيز المستثمرين .

-تظهر مساهمة قطاع السياحة في الجزائر متدنية وغير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية من خلال واقع الإيرادات السياحية ومدى مساهمتها في التكوين الناتج المحلي الإجمالي.

-في الآونة الأخيرة القطاع السياحي يعرف تحسنا تدريجيا نتيجة لتحسن الأوضاع الأمنية والاهتمام الجدي من أجل النهوض بالقطاع.

-غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين وذلك راجع للظروف الصعبة من جهة وغياب الأساليب الترويجية من جهة أخرى .

أما على المستوى المحلي أي بالنسبة لولاية قالة فمن أهم النتائج المستخلصة من الدراسة هي :
-وجود مناطق سياحية هامة لا تتوفر على خدمات سياحية.

- عدد السياح الوافدين على الولاية يعتبر ضئيل خاصة الأجانب .
- ضعف هياكل الاستقبال .
- عدم استكمال عدة مشاريع من شأنها المساهمة في التنمية السياحية للولاية .
- فيما يخص القرض الشعبي الجزائري لولاية قالمة فنجد أنه رغم اتفاقيات التمويل المبرمة بين وزارة السياحة و مختلف البنوك و التي من بينها القرض الشعبي الجزائري، إلا أنه تبقى مساهمته في تمويل المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى في قطاعات مختلفة جد متدنية و لم تحقق النتائج المرجوة منها.

التوصيات :

- من خلال هذه الدراسة والنتائج المتوصل إليها أمكن الوصول إلى عدد من التوصيات التي من شأنها العمل على تنمية القطاع السياحي بالجزائر بصفة عامة وولاية قالمة بصفة خاصة :
- العمل على تحسين و تطوير الخدمات السياحية المقدمة، و إخضاعها لمعايير الدولية من أجل استقطاب أكبر عدد من السياح .
- المحافظة على التراث السياحي الذي يتعرض للإهمال و الاندثار المستمر لمواقع عديدة ذات أهمية بالغة في تاريخ الجزائر وهي كثيرة.
- بناء أجيال واعية ومدى أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني وذلك من خلال التعديل السياسة التنموية و نشر رسالة تحت شعار السياحة مورد اقتصادي إلى جانب المحروقات .
- تعديل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 وذلك من خلال صياغة نموذج لكل منطقة من المناطق السياحية بحيث ينفرد كل نموذج عن الآخر بما يتلاءم وطبيعة كل منطقة وما تزخر به من إمكانيات سياحية و التعجيل بتنفيذه.
- ضرورة التقليل من الإجراءات الإدارية والقانونية المعقدة أمام الأفراد والمشروعات خلال تعاملهم مع البنوك لكي تؤدي دورها في المجالات التنموية على أكمل وجه .
- حث البنوك على تنفيذ اتفاقيات التمويل المبرمة بينها وبين و وزارة السياحة بمنح القروض والتسهيلات المالية لإقامة المشاريع وإعادة بعث المشاريع المتوقفة.
- إنشاء بنك متخصص في تمويل الاستثمار السياحي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1- الكتب باللغة العربية :

- 1- إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009 .
- 2- احمد بوراس، تمويل المنشآت الاقتصادية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2008.
- 3- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2008.
- 4- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1999.
- 5- إسماعيل أحمد الشناوي، عبد النعيم مبارك، اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية، مصر.
- 6- آسيا محمد إمام الأنصاري وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 7- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية الأسس والمرتكزات، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008 .
- 8- الدسوقي حامد أبو زيد، إدارة البنوك ج 1، كل أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 1999 .
- 9- السعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 10- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 11- جميل أحمد توفيق، أساسيات الإدارة المالية، دار النهضة العربية، بيروت .
- 12- حسن رجب، المحاسبة عن طريق التأجير التمويلي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
- 13- حمدي عبد العظيم، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات ، 1999.
- 14- حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2001.
- 15- خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، 2003.
- 16- رايح خوني و رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاكل تمويلها، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.
- 17- رضا صاحب أبو حمد، إدارة المصارف، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- 18- زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 19- زيد منير سلمان، إدارة وتصنيف المطاعم السياحية وآلية عملها، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 20- سراب الياس وحسن الرفاعي، تسويق الخدمات السياحية ، دار المسيرة ، الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
- 21- سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 22- سعيد عبد العزيز عثمان، دراسات جدوى المشروعات بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 23- سليمان بودياب، اقتصاديات النقود والبنوك، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1996.
- 24- سوزي عدلي ناشر، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2000.
- 25- شاكرا القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الدار الجامعية، 1988.
- 26- صبحي تدريس قريصة، مدحت محمود العقاد، النقود والبنوك والعلاقات الدولية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 1983.

- 27- صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
- 28- صلاح الدين حسن السيسى، نظم المحاسبة والرقابة وتقسيم الأداء في المصارف والمؤسسات المالية، دار الوسام للطباعة والنشر، بيروت، 1998.
- 28- طارق الحاج، مبادئ التمويل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- 29- عاطف الأخرس و آخرون، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001.
- 30- عاطف وليم اندراوس، التمويل والإدارة المالية للمؤسسات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 31- عبد الحميد محمد الشواربي، وآخرون، إدارة المخاطر المصرفية، منشأة المعارف، الإسكندرية.
- 32- عبد الحق بوعتروس، الوجيز في البنوك التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة.
- 34- عبد الكريم حافظ، الادارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
- 35- عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 36- عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 37- عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسات الجدوى الاقتصادية و التجارية و الاجتماعية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 38- عثمان محمد غنيم وبنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر، والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 1999.
- 39- عرفان تقي الحسيني، التمويل الدولي، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 1999.
- 40- عصام حسن السعيد، الدلالة والإرشاد السياحي، دار الراهة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- 41- عصام حسن السعيد، إدارة المنظمات الفندقية، دار الراهة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2008.
- 42- علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
- 43- علي عباس، الإدارة المالية، مكتبة الرائد العلمية، عمان، 2002.
- 44- عمر جوايرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 45- عقيل حاسم عبد الله، النقود والمصارف، دار مجدلاوي، الأردن، 1999.
- 46- فردويستن يوجين برجام، ترجمة عدنان داغستاني، عبد الفتاح السيد النعماني، التمويل الإداري، دار المريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2006.
- 47- فلاح الحسيني، مؤيد عبد الرحمن، إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
- 48- فليح حسن خلف، النقود و البنوك، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2006.
- 49- فؤاد السيد المليجي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999.
- 50- كاظم حاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2005.
- 51- ماهر عبد الخالق السيسى و آخرون، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2001.
- 52- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي، 2008-2009.

- 53- محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء للنشر والطباعة، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007.
- 54- محمد كمال و آخرون، البنوك التجارية، دار الجيل للطباعة، بيروت، 1997.
- 55- محمد دياب، دراسات الجدوى الاقتصادية و الاجتماعية للمشاريع، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، 2007.
- 56- محمد سعيد عبد الهادي، الإدارة المالية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008 .
- 57- محمد صالح الحناوي، إبراهيم إسماعيل سلطان، الإدارة المالية والتمويل، الدار الجامعية، مصر، 1999.
- 58- محمد صالح الحناوي، إدارة مالية وتمويل، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن.
- 69- محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- 60- محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
- 61- محمد عزت غزلان، اقتصاديات النقود والمصارف، دار النهضة العربية، لبنان، الطبعة الأولى، 2002.
- 62- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث الإسكندرية .
- 63- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، دراسة مقارنة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2003.
- 64- مصطفى محمد أبو بكر، فن ومهارات التسويق والبيع في الشركات المتخصصة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 65- معروف هويشار، تحليل الاقتصاد الكلي، دار الصفاء للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2005.
- 66- منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق والمنشآت المالية، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، 1999.
- 67- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
- 68- نبيل الروبي، مجموعة الدراسات السياحية نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، 1991 .
- 69- نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007.
- 70- نعيم الظاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007.
- 71- نوري شقيري موسى وآخرون، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009.
- 72- هشام حبر، إدارة المصارف، جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2008.
- 73- هيثم محمد الزغبي، الإدارة والتحليل المالي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2000.

2- الرسائل و المذكرات:

- 1- آسيا سعدان، تأهيل النظام البنكي الجزائري في ظل التطورات المالية العالمية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، 2006.
- 2- سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، شهادة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة، 2005-2006.
- 3- صليحة عشي، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة باتنة، 2004-2005.
- 4- لويزة قويدر، السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2003.

قائمة المراجع

- 5- محمد عز الدين، التطور السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم المالية، جامعة الجزائر، دفعة 2002-2003.
- 6- مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية -حالة الجزائر- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2004.
- 7- نزيهة بودفار وآخرون، دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة، 2009-2010

3-الملتقيات و الندوات:

- 1- مليكة حفيظ، سعدان شبايكي، ، لماذا لا تلعب السياحة دورا في التنمية في الجزائر، الملتقى العلمي الثامن، تنمية السياحة كمصدر تمويل لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر وبعض الدول العربية والإسلامية، الجزائر، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، 15-20 ديسمبر 2009.

4-الكتب باللغة الأجنبية:

1-Isabelle Frochot patrick legherel ,le marketing du tourisme dunod paris 2007.

5-مواقع الانترنت:

1- www.mta.gov.dz/sit.rilooke/ar/sdat.php.

الملخص:

يعتبر قطاع السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي لها دور كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية في كثير من دول العالم، و الجزائر من الدول التي تمتلك موارد سياحية هامة، و هي تسعى إلى تنويع مصادر الدخل، و حيث أنه للبنوك دور رئيسي في توفير التمويل الكافي لمختلف القطاعات فقد جاءت هذه الدراسة لتبحث في الدور الذي تلعبه البنوك في تمويل القطاع السياحي في الجزائر.

و بالنظر إلى مساهمة القرض الشعبي الجزائري -وكالة قالمة - فنجد أن مساهمته في تمويل المشاريع السياحية على مستوى الولاية جد ضئيلة نظرا لخصوصية الاستثمار السياحي و الصعوبات التي يعاني منها المستثمرون في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية:

السياحة، البنوك، التمويل، المشاريع السياحية، التنمية الاقتصادية.

Résumé :

Le secteur touristique est considéré comme l'une des activités économiques qui jouent un rôle très important dans la réalisation du développement économique dans plusieurs pays du monde ; L'Algérie est parmi les pays qui possèdent des ressources touristiques, elle cherche du rôle joué par les banques en ce qui concerne le financement du tourisme en Algérie, et vu la contribution du crédit populaire d'Algérie-Agence de Guelma, dans le financement des projets touristiques au niveau de la wilaya, on constate qu'elle est minime.

Vue la particularité de l'investissement touristique d'une part, et les difficultés subis par les investisseurs d'une autre part.

Les Mots Clés:

Tourisme, les banque, contribution, Investissement Touristique, développement économique.