

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم الاقتصاد



دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية دراسة حالة ولاية سطيف

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية
تخصص: إقتصاد التنمية

تحت إشراف
د. حناشي لعلی

إعداد الطالب:
عيساني ربيع

أعضاء لجنة المناقشة:			
الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
د. سعودي محمد الطاهر	أستاذ محاضر	جامعة باتنة	رئيسا
د. حناشي لعلی	أستاذ محاضر	جامعة باتنة	مقررا
د. ديلمي لخضر	أستاذ محاضر	جامعة باتنة	عضوا
د. حفيظ مليكة	أستاذة محاضرة	جامعة الجزائر 3	عضوا



" قالوا سبحانه لا علم لنا إلا ما علمتنا انك أنت العليم الحكيم "

الآية: 32 سورة البقرة

" و يسألونك عن الروح قل الروح من أمر ربي و ما أوتيتم
من العلم إلا قليلا "

الآية: 85 سورة الإسراء

الإهداء:

إلى ملاكي في الدنيا، إلى معنى الحب والحنان والتفاني، إلى بلسم الشفاء
إلى بسمّة الحياة وسر الوجود، إلى من كانت سر نجاحي .
" أمي العزيزة "

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى من علمني السعي دون انتظار، إلى
من أحمل اسمه بكل افتخار، ستبقى كلماتك نجوما في سماء العمر
أهتدي بها في درب الحياة اليوم وفي الغد وإلى الأبد.
" أبي الغالي "

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة .
إلى رياحين حياتي " أخواتي " و "إخواني" الذين أتمنى لهم النجاح
والتوفيق.

إلى " رفيقة دربي "
وإلى كل الأهل والأصدقاء
وإلى كل من أعانني من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل .

شكر وعرفان:

الحمد لله رب العالمين، حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه على عطائه
و فضله ونعمه و صلي اللهم و سلم على محمد وعلى آله وصحبه أجمعين بعد الحمد
لله والثناء عليه والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الأنام، أتوجه بالشكر والتقدير إلى
كل من ساعدني من أجل إتمام هذه الرسالة داعيا المولى عز وجل أن يجعل هذا في ميزان
حسناتهم، أخص بالشكر والتقدير الأستاذ الفاضل الدكتور حناشي لعلى لرعايته وتفضله
بالإشراف على هذه الرسالة.

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى كل أسرتي وخاصة أخي الدكتور
عامر عيساني على مجهوداته الصادقة ومساندته لي خلال فترة إعداد الرسالة
فجزاهم الله عني خيرا.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين
سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم.

فهرس المحتويات :

الموضوع:	الصفحة
I.....إهداء	
II.....شكر وعرفان	
III.....ملخص الدراسة	
IV.....Résumé ملخص الدراسة	
V.....فهرس المحتويات	
VII.....فهرس الجداول	
VIII.....فهرس الأشكال	
أالمقدمة العامة :	
	إشكالية الدراسة:
	فرضيات الدراسة:
	أهمية الموضوع:
	هدف الدراسة:
	منهج الدراسة:
	محتويات الدراسة:
01.....الفصل الأول: عموميات حول السياحة	
02.....تمهيد :	
03.....المبحث الأول: السياحة:مفهومها وتطورها وعوامل الجذب السياحي	
03.....المطلب الأول: مفهوم السياحة وتطورها	
15.....المطلب الثاني: أهمية السياحة	
27.....المطلب الثالث: عوامل الجذب السياحي	
30.....المبحث الثاني: عوامل و محددات السوق السياحية	
31.....المطلب الأول: الطلب السياحي	
45.....المطلب الثاني: العرض السياحي	
55.....خلاصة الفصل الأول :	
56.....الفصل الثاني: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة في الجزائر	
57.....تمهيد :	

58.....	المبحث الأول: مدخل لتعريف بالبنوك وتطور النظام المصرفي في الجزائر.
58.....	المطلب الأول: مفهوم البنوك ونشأتها وتطورها.
61.....	المطلب الثاني: أنواع البنوك.
64.....	المطلب الثالث: تطور النظام البنكي في الجزائر.
70.....	المبحث الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي
70.....	المطلب الأول: مفهوم التمويل ومصادره.
86.....	المطلب الثاني: الدور التمويلي والخدمي للبنوك.
93.....	المطلب الثالث : مشاكل تمويل الإستثمار السياحي.
95.....	خلاصة الفصل الثاني:
96.....	الفصل الثالث: دور البنوك في تنشيط السياحة-دراسة حالة ولاية سطيف.
97.....	تمهيد:
98.....	المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بولاية سطيف.
98.....	المطلب الأول: التقديم العام للولاية
108.....	المطلب الثاني: المواقع والمعالم الأثرية بالولاية.
121.....	المبحث الثاني: الاستثمارات السياحية بولاية سطيف.
122	المطلب الأول : حالة الاستثمارات السياحية في الجزائر
126.....	المطلب الثاني: وضعية الاستثمارات السياحية بولاية سطيف.
133.....	خلاصة الفصل الثالث:
135.....	الخاتمة العامة :
142.....	قائمة المراجع:
.....	الملاحق:

فهرس الجدول :

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
107	توزيع السكان حسب فروع النشاط الاقتصادي	01
109	شبكة الطرقات بولاية سطيف	02
123	حالة الاستثمارات السياحية إلى غاية 2011/01/31	03
127	الاستثمارات السياحية بولاية سطيف	04
129	قائمة المستثمرين الطالبين للقرض البنكي	05
130	عدد المشاريع التي استفادت من اتفاقيات مع البنوك و المؤسسات المالية	06

ملخص الدراسة :

لقد كان هدف الإصلاحات التي شرعت فيها الجزائر في العشرية الأخيرة هو تنويع الاقتصاد والاهتمام بقطاعات أخرى خارج قطاع المحروقات، و من بينها قطاع السياحة و الذي يمكنه أن يوفر موارد مالية لا يستهان بها إذا ما أزيلت العراقيل التي تقف أمام ترقيته خصوصا تلك المرتبطة بالمحيط عامة كعدم الاستقرار السياسي و الأمني، وتلك المرتبطة بالقطاع خاصة منها صعوبة الحصول على العقار، ضعف الوسائل في مجال الترقية، صعوبة الحصول على القروض المصرفية... الخ؛ كل ذلك أدى إلى إهمال الاستثمار في هذا القطاع و انخفاض حجم المشاريع السياحية هذا الوضع جعل الدولة تقوم بتسطير مجموعة من البرامج والتي ترجمت في شكل هيئات لتنفيذ سياستها السياحية من جهة، و دعم المستثمرين في هذا القطاع من جهة أخرى مثل: الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بتحديد مناطق التوسع السياحي ومنح العقارات السياحية للمستثمرين في هذا المجال. لكن دور هذه الهيئات مرتبط خاصة بالدور الذي تلعبه البنوك العمومية من خلال تقديمها للقروض المصرفية والتي تسمح للمستثمرين بإقامة مشاريعهم السياحية.

ومن خلال وقوفنا على مساهمة البنوك في تمويل المشاريع السياحية والمتمثل في دراستنا لحالة ولاية سطيف، لاحظنا أن النتائج المحققة في مجال تمويل للمشاريع السياحية لم يرقى إلى المستوى المطلوب وذلك نظرا للصعوبات التي يواجهها قطاع السياحة في هذا المجال، كذلك بسبب العراقيل التي تقف أمام المستثمرين خصوصا تلك المتعلقة بالحصول على العقار السياحي، لكن يمكن تدارك ذلك من خلال تسهيل إجراءات الحصول على العقار وتدعيم نشاط البنوك العمومية بمجموعة من البنوك المتخصصة على غرار البلدان ذات الطابع السياحي بحيث تتوافق مع خصوصيات هذا القطاع من حيث نمط التمويل .

الكلمات المفتاحية: السياحة، المشاريع السياحية، البنك، التمويل، التنمية.

Résumé:

Le but des réformes engagées par l'Algérie dans la dernière décennie est la diversification de l'économie et de l'attention à d'autres secteurs en dehors du secteur des hydrocarbures, et notamment le secteur du tourisme, qui lui permettent de fournir des ressources financières à laquelle il faut compter, si ils ont enlevé les obstacles qui se dressent devant la mise à niveau, en particulier ceux qui sont associés avec l'océan en général tels que le manque de stabilité politique et de sécurité, et ceux qui sont associés avec le secteur privé, y compris le manque d'accès à la propriété, signifie la faiblesse dans le domaine de la promotion, l'accès difficile aux prêts bancaires ... etc, tout cela a conduit à la négligence de l'investissement dans ce secteur et le déclin du volume de projets touristiques de cette situation, il fait l'État un trait de soulignement et une gamme de programmes qui ont été traduits sous la forme d'organes pour la mise en œuvre de la politique touristique d'une part, et le soutien des investisseurs dans ce secteur, d'autre part, comme l'Agence nationale pour le développement du tourisme pour identifier les zones de l'expansion du tourisme et de la propriété du tourisme accordés aux investisseurs dans ce domaine. Mais le rôle de ces organes est lié au rôle joué par les banques privées à travers une présentation publique à des prêts bancaires, qui permettent aux investisseurs d'établir des projets touristiques

En se tenant sur la contribution de l'une de ces banques dans le financement de projets de tourisme et dans l'examen de l'état de Sétif province a noté que les résultats obtenus dans le domaine de financement des projets touristiques n'ont pas à la hauteur du niveau requis, en raison des difficultés rencontrées dans ce domaine, et aussi parce que des obstacles qui se dressent devant des investisseurs, en particulier ceux liés à l'accès à la propriété du tourisme, mais il peut être remédié en facilitant les procédures d'obtention de l'activité liée aux drogues et à renforcer les banques publiques une gamme de banques spécialisées telles que les pays de tourisme de nature à respecter les spécificités de ce secteur en termes de modes de financement

Mots-clés: tourisme, les projets de tourisme, banque, finance, développement

المقدمة العامة

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السواح باستمرار، كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ومواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح.

لقد ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بالسياحة و التنمية السياحية لتشابكاتها مع قطاعات كثيرة، و لدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات و من ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية؛ إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو، لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي

والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعيتها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

فقد بلغ عدد السياح في مختلف أنحاء العالم حوالي 917 مليون سائح عام 2008 و تطور عام 2011 ليصبح 980 مليون سائح، بينما بلغ إنفاق السياح لعام 2010 نحو 920 مليار دولار، وتتوقع بعض الهيئات السياحية الإقليمية و العالمية وصول عدد السياح على صعيد العالم بأكمله نحو 1.6 مليار سائح في عام 2020 وإنفاق ما يقارب 2000 مليار دولار مما يجعل السياحة في مقدمة الصناعات العالمية.

إن الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي يجعل من الدولة الإطار الأول والفاعل في وضع الآليات المناسبة للاستثمار في هذا القطاع، وكل ذلك يصب في إطار تحقيق تنمية للمجتمع من خلال الاستغلال الرشيد للموارد التي تتحصل عليها الهيئات المختلفة خاصة إقليميا في تنفيذ العديد من المشاريع التنموية التي يعتبر رأس مالها العائد من الأموال المتحصل عليها إثر الفاعلية في الميدان السياحي.

ونظرا لما تملكه الجزائر من تنوع في الإرث السياحي خلق لها موقعا مهما وطموحا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما ومساهما في آليات التنمية الشاملة وجعلها تخرج من عزلتها لتصبح قطبا سياحيا هاما

إشكالية الدراسة:

إن من أهم المشكلات التي تواجه الدول النامية عامة في مجال التنمية السياحية يكمن في آليات تمويل عملية التنمية السياحية وهو العنصر الأساسي في تطوير صناعة السياحة ، حيث انصبت جهود تنشيط السياحة في الكثير من هذه الدول على إيجاد الطرق أو السبل الكفيلة لتمويل المشاريع السياحية ولعل من أهم هذه الآليات المستخدمة نجد التمويل البنكي للاستثمارات السياحية حيث لعب الدور البارز في هذا النشاط.

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

ما هو دور القطاع المصرفي في تمويل الأنشطة السياحية وكيف يمكن تفعيله لتنشيط قطاع

السياحة ؟

ولتوضيح هذه الإشكالية يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- 1 - ماهو مفهوم السياحة، وما هي أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ؟
- 2 - ماهي الآليات التي تستند إليها البنوك في دعم قطاع السياحة في الجزائر؟
- 3 - كيف ساهم القطاع المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ولاية سطيف ؟

فرضيات الدراسة:

بناء على ما تقدم نجد أنفسنا أمام اختبار الفرضيات الآتية:

1- حظي قطاع السياحة بأولوية في إنجاز عدة برامج وذلك من خلال مخططات التنمية

الشاملة مثله مثل القطاعات الإستراتيجية .

2- إن البنوك تؤثر تأثيرا إيجابيا في تنشيط الاستثمارات السياحية والرفع في مردودها

الاقتصادي والتنموي.

3- التطور في آليات عمل البنوك يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمات السياحية من خلال توسيع

الاستثمارات السياحية .

أهمية الموضوع :

أصبحت السياحة في الوقت الحاضر من أهم الصناعات و أسرعها نموا في العالم ،مما زاد

أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية لما تدره من عملات أجنبية ،حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات

على مستوى العالم، فضلا عن الأثر المضاعف للإنفاق السياحي، بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعا كثيف العمالة وذو تشابكات قوية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتتجلى أهمية الدراسة في التطور الكبير الذي يلعبه قطاع السياحة في الاقتصاديات المختلفة وفي تبيان الدور الذي توليه السلطات العمومية للقطاع السياحي في الآونة الأخيرة من خلال وضع إستراتيجية ورفع شعار بدائلنا للتنمية -السياحة والفلاحة-

كما تكمن أهمية هذا الموضوع في أن وظيفة التمويل البنكي أصبحت عاملا مؤثرا في نمو القطاع السياحي، حيث أصبحت هذه الوظيفة وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات والخدمات السياحية وفي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة .

أهداف الدراسة:

الهدف من هذه الدراسة هو التعريف بالإمكانيات السياحية المتواجدة في الجزائر والوصول إلى تحديد المكانة التي يحتلها قطاع السياحة ضمن الاقتصاد الوطني، و معرفة الآفاق التي رسمت للمشاريع السياحية وأساليب الدعم التي ستحظى بها من قبل الدولة، والوقوف على أهم نقائص هذا القطاع والمشاكل التي يعاني منها ،خصوصا تلك المتعلقة بالمشاكل المالية و محاولة معالجتها وما يمكن أن تساهم به البنوك في هذا المجال والوقوف على الدور الذي يمكن أن يلعبه التمويل البنكي ودوره في تنشيط السياحة وذلك من خلال دراسة قطاع السياحة بولاية سطيف، وتحديدًا سوف تركز الدراسة على الاهداف التالية:

- 1- الوقوف على دور القطاع البنكي في تنشيط وتمويل الاستثمارات السياحية .
- 2- توجيه الاهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي .

3- إبراز القدرات السياحية لولاية سطيف من خلال تبيان دور التمويل البنكي في تنشيط

الاستثمار السياحي في الولاية.

منهج الدراسة :

لإنجاز البحث والإجابة على السؤال المحوري في الإشكالية والتساؤلات الثانوية اعتمدنا على المنهج العلمي الاستنباطي الاستقرائي مستعينا بمجموعة من المصادر المتنوعة وتتمثل في الكتب وبحوث متخصصة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وعلى مواقع في الانترنت وموسوعات علمية في مجال السياحة وكذلك دراسات سابقة في مجال السياحة من رسائل دكتوراه ورسائل ماجستير، وأيضا على دوريات ويوميات بالإضافة إلى الإحصائيات المنشورة من قبل الهيئات المحلية والدولية كوزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء، المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسفر والسياحة. كما تم الاتصال بمختلف المديريات على مستوى ولاية سطيف منها مديرية السياحة والصناعات التقليدية ومديرية الأشغال العمومية ومديرية السكن والتجهيزات العمومية .

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع وتمكنا من الإطلاع عليها تتمثل في أربع رسائل دكتوراه والعديد من رسائل ماجستير:

- الأولى رسالة دكتوراه لـ مليكة حفيظ- شباكي تحت عنوان : السياحة وآثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر (2003) تناولت فيها الباحثة: مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري، كما تطرقت الى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، بالإضافة الى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات

المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة الى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

الثانية لـ الدكتور عامر عيساني تحت عنوان: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر -

تناول فيها الباحث الموضوع في خمس فصول تطرق الى خلفية نظرية عن السياحة وأثارها المختلفة، ثم تناول التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وتطور السياسة السياحية، كما تناول الباحث إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وواقع السياحة في الجزائر، وكذا التنمية السياحية في مصر وتونس واقع وآفاق ، وفي الاخير تطرق الى دراسة تقييمية للتجارب السياحية في (الجزائر، مصر، تونس)، وقد توصل الباحث: التنمية السياحية أصبحت أولوية وطنية للدولة الجزائرية، ولم تعد خيارا، بل أصبحت ضرورة، فهي تشكل موردا بديلا للمحروقات بصفتها مصدرا ناضبا، وتقرض الوعي الوطني برهان التنمية السياحية كموجه للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، وأسوة بما حققته دول الجوار، فإن تحليل التجارب التي خاضتها كل من تونس ومصر في مجال التنمية السياحية تبرز عددا كبيرا من الدروس التي يمكن للجزائر أن تستفيد منها بغية تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية، وكذا ترقيتها لتصبح من الوجهات المميزة في المنطقة الأورو-متوسطية.

الثالثة للدكتور كواش خالد، بعنوان: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر(2003/2004)، تطرق الباحث إلى: تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وفي فصل أخير تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، الباحث حاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم

وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يلعب الدور المنتظر في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد و المغريات السياحية المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

- الرابعة للدكتوراه بوعقلين بديعة، تحت عنوان : الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر (2006/2005) تناولت الباحثة: الموضوع في خمسة فصول، تطرقت إلى مدخل للسياحة بحيث شمل التعاريف النظرية الخاصة بالسياحة والمفاهيم المرتبطة بها، ثم تناولت الاستثمارات السياحية وعلاقتها بالتسويق السياحي مع التركيز على العرض والطلب السياحي، كما أشارت إلى تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر عبر مختلف مراحل التنمية، كما قدمت تحليل للعرض والطلب السياحي حسب مختلف عناصرهما، ثم قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة وآفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري، توصلت الباحثة من خلال الموضوع الى تأكيد تعثر القطاع في كافة مراحل التنمية بسبب التهميش وغياب رؤية استراتيجية علمية و صادقة نحو بناء سياحة مستدامة تساهم في بعث التنمية الشاملة، كما أكدت على ضعف المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى، ومحدودية الشراكة الأجنبية في قطاع السياحة.

- الخامسة لـ محمد مصطفى محمود مصطفى، رسالة ماجستير، تحت عنوان: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة، تناول الباحث: الدراسة في ثلاثة فصول، اشتمل الفصل الأول منها على تعريف السياحة و بيان أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية، كما تضمن الفصل الثاني على أهم المشاكل و المعوقات التي تؤثر على قطاع السياحة، أخيرا في فصلا ثالث، وضحت الدراسة

الدور الذي تقوم به البنوك في دعم و تنشيط السياحة من خلال بيان تطور البنوك سواء التطور التكنولوجي، و تطور الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها.

محتويات الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول يسبقها مقدمة ويعقبها خاتمة، وذلك كما يلي:

الفصل الأول: عموميات حول السياحة

تناولنا المفاهيم المختلفة للسياحة وذلك من خلال تعريفها وتطورها وكذا أهمية السياحة وتأثيراتها المختلفة على الاقتصاد الوطني وعوامل الجذب السياحي ، كما تطرقنا في هذا الفصل إلى استعراض السوق السياحي وذلك من خلال تحليل ودراسة الطلب السياحي وكذا العرض السياحي.

الفصل الثاني: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة في الجزائر

حيث تم استعراض محتوى هذا الفصل من خلال مبحثين، جاء المبحث الأول كمدخل لتعريف البنوك ودورها وكذا تطور النظام المصرفي في الجزائر.

أما المبحث الثاني والذي تناول طرق تمويل قطاع السياحة ودورها وذلك من خلال تحديد لمفهوم التمويل ومصادره وكذا تبيان دور التمويل الخدمي للبنوك وأثره على السياحة في الجزائر، ثم تم الانتقال إلى تبيان المشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي في الجزائر.

الفصل الثالث: دور البنوك في تنشيط السياحة -دراسة حالة ولاية سطيف-

خصصنا هذا الفصل لدراسة وتحليل واقع قطاع السياحة لولاية سطيف من خلال دراسة وتحليل أهم عناصره، وقد كان ذلك من خلال مبحثين ، استعرضنا في المبحث الأول عوامل الجذب السياحي بالولاية باعتبارها من أهم المناطق السياحية في الجزائر وذلك من خلال التقديم العام للولاية وتبيان المواقع والمعالم الأثرية بها، ثم تطرقنا في المبحث الثاني الى الاستثمار السياحي بولاية سطيف وذلك

المقدمة العامة

من خلال الوقوف على دور البنوك في عمليات تنشيط الاستثمارات السياحية بالولاية وأهم الاستثمارات المنجزة بها وكذا الاستثمارات في طور الانجاز.

وفي خاتمة الدراسة تم استعراض أهم النتائج المستخلصة وكذلك الاقتراحات التي يرى الطالب ضرورة الأخذ بها لتطوير قطاع السياحة بهذه المنطقة المهمة التي تزخر بإمكانيات هائلة في مجال السياحة .

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السواح باستمرار، كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ومواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح.

لقد ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بالسياحة و التنمية السياحية لتشابكتها مع قطاعات كثيرة، و لدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات و من ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية؛ إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو، لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي

والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعيتها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

فقد بلغ عدد السياح في مختلف أنحاء العالم حوالي 917 مليون سائح عام 2008 و تطور عام 2011 ليصبح 980 مليون سائح، بينما بلغ إنفاق السياح لعام 2010 نحو 920 مليار دولار، وتتوقع بعض الهيئات السياحية الإقليمية و العالمية وصول عدد السياح على صعيد العالم بأكمله نحو 1.6 مليار سائح في عام 2020 وإنفاق ما يقارب 2000 مليار دولار مما يجعل السياحة في مقدمة الصناعات العالمية.

إن الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي يجعل من الدولة الإطار الأول والفاعل في وضع الآليات المناسبة للاستثمار في هذا القطاع، وكل ذلك يصب في إطار تحقيق تنمية للمجتمع من خلال الاستغلال الرشيد للموارد التي تتحصل عليها الهيئات المختلفة خاصة إقليميا في تنفيذ العديد من المشاريع التنموية التي يعتبر رأس مالها العائد من الأموال المتحصل عليها إثر الفاعلية في الميدان السياحي.

ونظرا لما تملكه الجزائر من تنوع في الإرث السياحي خلق لها موقعا مهما وطموحا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما ومساهما في آليات التنمية الشاملة وجعلها تخرج من عزلتها لتصبح قطبا سياحيا هاما

إشكالية الدراسة:

إن من أهم المشكلات التي تواجه الدول النامية عامة في مجال التنمية السياحية يكمن في آليات تمويل عملية التنمية السياحية وهو العنصر الأساسي في تطوير صناعة السياحة ، حيث انصبت جهود تنشيط السياحة في الكثير من هذه الدول على إيجاد الطرق أو السبل الكفيلة لتمويل المشاريع السياحية ولعل من أهم هذه الآليات المستخدمة نجد التمويل البنكي للاستثمارات السياحية حيث لعب الدور البارز في هذا النشاط.

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

ما هو دور القطاع المصرفي في تمويل الأنشطة السياحية وكيف يمكن تفعيله لتنشيط قطاع

السياحة ؟

ولتوضيح هذه الإشكالية يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- 1 - ماهو مفهوم السياحة، وما هي أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ؟
- 2 - ماهي الآليات التي تستند إليها البنوك في دعم قطاع السياحة في الجزائر؟
- 3 - كيف ساهم القطاع المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ولاية سطيف ؟

فرضيات الدراسة:

بناء على ما تقدم نجد أنفسنا أمام اختبار الفرضيات الآتية:

1- حظي قطاع السياحة بأولوية في إنجاز عدة برامج وذلك من خلال مخططات التنمية

الشاملة مثله مثل القطاعات الإستراتيجية .

2- إن البنوك تؤثر تأثيرا إيجابيا في تنشيط الاستثمارات السياحية والرفع في مردودها

الاقتصادي والتنموي.

3- التطور في آليات عمل البنوك يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمات السياحية من خلال توسيع

الاستثمارات السياحية .

أهمية الموضوع :

أصبحت السياحة في الوقت الحاضر من أهم الصناعات و أسرعها نموا في العالم ،مما زاد

أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية لما تدره من عملات أجنبية ،حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات

على مستوى العالم، فضلا عن الأثر المضاعف للإنفاق السياحي، بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعا كثيف العمالة وذو تشابكات قوية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتتجلى أهمية الدراسة في التطور الكبير الذي يلعبه قطاع السياحة في الاقتصاديات المختلفة وفي تبيان الدور الذي توليه السلطات العمومية للقطاع السياحي في الآونة الأخيرة من خلال وضع إستراتيجية ورفع شعار بدائلنا للتنمية -السياحة والفلاحة-

كما تكمن أهمية هذا الموضوع في أن وظيفة التمويل البنكي أصبحت عاملا مؤثرا في نمو القطاع السياحي، حيث أصبحت هذه الوظيفة وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات والخدمات السياحية وفي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة .

أهداف الدراسة:

الهدف من هذه الدراسة هو التعريف بالإمكانيات السياحية المتواجدة في الجزائر والوصول إلى تحديد المكانة التي يحتلها قطاع السياحة ضمن الاقتصاد الوطني، و معرفة الآفاق التي رسمت للمشاريع السياحية وأساليب الدعم التي ستحظى بها من قبل الدولة، والوقوف على أهم نقائص هذا القطاع والمشاكل التي يعاني منها ،خصوصا تلك المتعلقة بالمشاكل المالية و محاولة معالجتها وما يمكن أن تساهم به البنوك في هذا المجال والوقوف على الدور الذي يمكن أن يلعبه التمويل البنكي ودوره في تنشيط السياحة وذلك من خلال دراسة قطاع السياحة بولاية سطيف، وتحديدًا سوف تركز الدراسة على الاهداف التالية:

- 1- الوقوف على دور القطاع البنكي في تنشيط وتمويل الاستثمارات السياحية .
- 2- توجيه الاهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي .

3- إبراز القدرات السياحية لولاية سطيف من خلال تبيان دور التمويل البنكي في تنشيط

الاستثمار السياحي في الولاية.

منهج الدراسة :

لإنجاز البحث والإجابة على السؤال المحوري في الإشكالية والتساؤلات الثانوية اعتمدنا على المنهج العلمي الاستنباطي الاستقرائي مستعينا بمجموعة من المصادر المتنوعة وتتمثل في الكتب وبحوث متخصصة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وعلى مواقع في الانترنت وموسوعات علمية في مجال السياحة وكذلك دراسات سابقة في مجال السياحة من رسائل دكتوراه ورسائل ماجستير، وأيضا على دوريات ويوميات بالإضافة إلى الإحصائيات المنشورة من قبل الهيئات المحلية والدولية كوزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء، المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسفر والسياحة. كما تم الاتصال بمختلف المديريات على مستوى ولاية سطيف منها مديرية السياحة والصناعات التقليدية ومديرية الأشغال العمومية ومديرية السكن والتجهيزات العمومية .

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع وتمكنا من الإطلاع عليها تتمثل في أربع رسائل دكتوراه والعديد من رسائل ماجستير:

- الأولى رسالة دكتوراه لـ مليكة حفيظ- شباكي تحت عنوان : السياحة وآثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر (2003) تناولت فيها الباحثة: مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها, القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري, كما تطرقت الى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة, بالإضافة الى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات

المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة الى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

الثانية لـ الدكتور عامر عيساني تحت عنوان: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر -

تناول فيها الباحث الموضوع في خمس فصول تطرق الى خلفية نظرية عن السياحة وأثارها المختلفة، ثم تناول التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وتطور السياسة السياحية، كما تناول الباحث إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وواقع السياحة في الجزائر، وكذا التنمية السياحية في مصر وتونس واقع وآفاق ، وفي الاخير تطرق الى دراسة تقييمية للتجارب السياحية في (الجزائر، مصر، تونس)، وقد توصل الباحث: التنمية السياحية أصبحت أولوية وطنية للدولة الجزائرية، ولم تعد خيارا، بل أصبحت ضرورة، فهي تشكل موردا بديلا للمحروقات بصفتها مصدرا ناضبا، وتقرض الوعي الوطني برهان التنمية السياحية كموجه للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، وأسوة بما حققته دول الجوار، فإن تحليل التجارب التي خاضتها كل من تونس ومصر في مجال التنمية السياحية تبرز عددا كبيرا من الدروس التي يمكن للجزائر أن تستفيد منها بغية تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية، وكذا ترقيتها لتصبح من الوجهات المميزة في المنطقة الأورو-متوسطية.

الثالثة للدكتور كواش خالد، بعنوان: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر(2003/2004)، تطرق الباحث إلى: تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وفي فصل أخير تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، الباحث حاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم

وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يلعب الدور المنتظر في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد و المغريات السياحية المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

- الرابعة للدكتوراه بوعقلين بديعة، تحت عنوان : الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر (2006/2005) تناولت الباحثة: الموضوع في خمسة فصول، تطرقت إلى مدخل للسياحة بحيث شمل التعاريف النظرية الخاصة بالسياحة والمفاهيم المرتبطة بها، ثم تناولت الاستثمارات السياحية وعلاقتها بالتسويق السياحي مع التركيز على العرض والطلب السياحي، كما أشارت إلى تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر عبر مختلف مراحل التنمية، كما قدمت تحليل للعرض والطلب السياحي حسب مختلف عناصرهما، ثم قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة وآفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري، توصلت الباحثة من خلال الموضوع الى تأكيد تعثر القطاع في كافة مراحل التنمية بسبب التهميش وغياب رؤية استراتيجية علمية و صادقة نحو بناء سياحة مستدامة تساهم في بعث التنمية الشاملة، كما أكدت على ضعف المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى، ومحدودية الشراكة الأجنبية في قطاع السياحة.

- الخامسة لـ محمد مصطفى محمود مصطفى، رسالة ماجستير، تحت عنوان: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة، تناول الباحث: الدراسة في ثلاثة فصول، اشتمل الفصل الأول منها على تعريف السياحة و بيان أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية، كما تضمن الفصل الثاني على أهم المشاكل و المعوقات التي تؤثر على قطاع السياحة، أخيرا في فصلا ثالث، وضحت الدراسة

الدور الذي تقوم به البنوك في دعم و تنشيط السياحة من خلال بيان تطور البنوك سواء التطور التكنولوجي، و تطور الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها.

محتويات الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول يسبقها مقدمة ويعقبها خاتمة، وذلك كما يلي:

الفصل الأول: عموميات حول السياحة

تناولنا المفاهيم المختلفة للسياحة وذلك من خلال تعريفها وتطورها وكذا أهمية السياحة وتأثيراتها المختلفة على الاقتصاد الوطني وعوامل الجذب السياحي ، كما تطرقنا في هذا الفصل إلى استعراض السوق السياحي وذلك من خلال تحليل ودراسة الطلب السياحي وكذا العرض السياحي.

الفصل الثاني: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة في الجزائر

حيث تم استعراض محتوى هذا الفصل من خلال مبحثين، جاء المبحث الأول كمدخل لتعريف البنوك ودورها وكذا تطور النظام المصرفي في الجزائر.

أما المبحث الثاني والذي تناول طرق تمويل قطاع السياحة ودورها وذلك من خلال تحديد لمفهوم التمويل ومصادره وكذا تبيان دور التمويل الخدمي للبنوك وأثره على السياحة في الجزائر، ثم تم الانتقال إلى تبيان المشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي في الجزائر.

الفصل الثالث: دور البنوك في تنشيط السياحة -دراسة حالة ولاية سطيف-

خصصنا هذا الفصل لدراسة وتحليل واقع قطاع السياحة لولاية سطيف من خلال دراسة وتحليل أهم عناصره، وقد كان ذلك من خلال مبحثين ، استعرضنا في المبحث الأول عوامل الجذب السياحي بالولاية باعتبارها من أهم المناطق السياحية في الجزائر وذلك من خلال التقديم العام للولاية وتبيان المواقع والمعالم الأثرية بها، ثم تطرقنا في المبحث الثاني الى الاستثمار السياحي بولاية سطيف وذلك

المقدمة العامة

من خلال الوقوف على دور البنوك في عمليات تنشيط الاستثمارات السياحية بالولاية وأهم الاستثمارات المنجزة بها وكذا الاستثمارات في طور الانجاز.

وفي خاتمة الدراسة تم استعراض أهم النتائج المستخلصة وكذلك الاقتراحات التي يرى الطالب ضرورة الأخذ بها لتطوير قطاع السياحة بهذه المنطقة المهمة التي تزخر بإمكانيات هائلة في مجال السياحة .

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السواح باستمرار، كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ومواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح.

لقد ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بالسياحة و التنمية السياحية لتشابكاتها مع قطاعات كثيرة، و لدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات و من ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية؛ إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو، لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي

والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعيتها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

فقد بلغ عدد السياح في مختلف أنحاء العالم حوالي 917 مليون سائح عام 2008 و تطور عام 2011 ليصبح 980 مليون سائح، بينما بلغ إنفاق السياح لعام 2010 نحو 920 مليار دولار، وتتوقع بعض الهيئات السياحية الإقليمية و العالمية وصول عدد السياح على صعيد العالم بأكمله نحو 1.6 مليار سائح في عام 2020 وإنفاق ما يقارب 2000 مليار دولار مما يجعل السياحة في مقدمة الصناعات العالمية.

إن الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي يجعل من الدولة الإطار الأول والفاعل في وضع الآليات المناسبة للاستثمار في هذا القطاع، وكل ذلك يصب في إطار تحقيق تنمية للمجتمع من خلال الاستغلال الرشيد للموارد التي تتحصل عليها الهيئات المختلفة خاصة إقليميا في تنفيذ العديد من المشاريع التنموية التي يعتبر رأس مالها العائد من الأموال المتحصل عليها إثر الفاعلية في الميدان السياحي.

ونظرا لما تملكه الجزائر من تنوع في الإرث السياحي خلق لها موقعا مهما وطموحا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما ومساهما في آليات التنمية الشاملة وجعلها تخرج من عزلتها لتصبح قطبا سياحيا هاما

إشكالية الدراسة:

إن من أهم المشكلات التي تواجه الدول النامية عامة في مجال التنمية السياحية يكمن في آليات تمويل عملية التنمية السياحية وهو العنصر الأساسي في تطوير صناعة السياحة ، حيث انصبت جهود تنشيط السياحة في الكثير من هذه الدول على إيجاد الطرق أو السبل الكفيلة لتمويل المشاريع السياحية ولعل من أهم هذه الآليات المستخدمة نجد التمويل البنكي للاستثمارات السياحية حيث لعب الدور البارز في هذا النشاط.

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

ما هو دور القطاع المصرفي في تمويل الأنشطة السياحية وكيف يمكن تفعيله لتنشيط قطاع

السياحة ؟

ولتوضيح هذه الإشكالية يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- 1 - ماهو مفهوم السياحة، وما هي أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ؟
- 2 - ماهي الآليات التي تستند إليها البنوك في دعم قطاع السياحة في الجزائر؟
- 3 - كيف ساهم القطاع المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ولاية سطيف ؟

فرضيات الدراسة:

بناءا على ما تقدم نجد أنفسنا أمام اختبار الفرضيات الآتية:

1- حظي قطاع السياحة بأولوية في إنجاز عدة برامج وذلك من خلال مخططات التنمية

الشاملة مثله مثل القطاعات الإستراتيجية .

2- إن البنوك تؤثر تأثيرا إيجابيا في تنشيط الاستثمارات السياحية والرفع في مردودها

الاقتصادي والتموي.

3- التطور في آليات عمل البنوك يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمات السياحية من خلال توسيع

الاستثمارات السياحية .

أهمية الموضوع :

أصبحت السياحة في الوقت الحاضر من أهم الصناعات و أسرعها نموا في العالم ،مما زاد

أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية لما تدره من عملات أجنبية ،حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات

على مستوى العالم، فضلا عن الأثر المضاعف للإنفاق السياحي، بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعا كثيف العمالة وذو تشابكات قوية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتتجلى أهمية الدراسة في التطور الكبير الذي يلعبه قطاع السياحة في الاقتصاديات المختلفة وفي تبيان الدور الذي توليه السلطات العمومية للقطاع السياحي في الآونة الأخيرة من خلال وضع إستراتيجية ورفع شعار بدائلنا للتنمية -السياحة والفلاحة-

كما تكمن أهمية هذا الموضوع في أن وظيفة التمويل البنكي أصبحت عاملا مؤثرا في نمو القطاع السياحي، حيث أصبحت هذه الوظيفة وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات والخدمات السياحية وفي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة .

أهداف الدراسة:

الهدف من هذه الدراسة هو التعريف بالإمكانيات السياحية المتواجدة في الجزائر والوصول إلى تحديد المكانة التي يحتلها قطاع السياحة ضمن الاقتصاد الوطني، و معرفة الآفاق التي رسمت للمشاريع السياحية وأساليب الدعم التي ستحظى بها من قبل الدولة، والوقوف على أهم نقائص هذا القطاع والمشاكل التي يعاني منها ،خصوصا تلك المتعلقة بالمشاكل المالية و محاولة معالجتها وما يمكن أن تساهم به البنوك في هذا المجال والوقوف على الدور الذي يمكن أن يلعبه التمويل البنكي ودوره في تنشيط السياحة وذلك من خلال دراسة قطاع السياحة بولاية سطيف، وتحديدًا سوف تركز الدراسة على الاهداف التالية:

- 1- الوقوف على دور القطاع البنكي في تنشيط وتمويل الاستثمارات السياحية .
- 2- توجيه الاهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي .

3- إبراز القدرات السياحية لولاية سطيف من خلال تبيان دور التمويل البنكي في تنشيط

الاستثمار السياحي في الولاية.

منهج الدراسة :

لإنجاز البحث والإجابة على السؤال المحوري في الإشكالية والتساؤلات الثانوية اعتمدنا على المنهج العلمي الاستنباطي الاستقرائي مستعينا بمجموعة من المصادر المتنوعة وتتمثل في الكتب وبحوث متخصصة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وعلى مواقع في الانترنت وموسوعات علمية في مجال السياحة وكذلك دراسات سابقة في مجال السياحة من رسائل دكتوراه ورسائل ماجستير، وأيضا على دوريات ويوميات بالإضافة إلى الإحصائيات المنشورة من قبل الهيئات المحلية والدولية كوزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء، المنظمة العالمية للسياحة، المجلس العالمي للسفر والسياحة. كما تم الاتصال بمختلف المديريات على مستوى ولاية سطيف منها مديرية السياحة والصناعات التقليدية ومديرية الأشغال العمومية ومديرية السكن والتجهيزات العمومية .

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع وتمكنا من الإطلاع عليها تتمثل في أربع رسائل دكتوراه والعديد من رسائل ماجستير:

- الأولى رسالة دكتوراه لـ مليكة حفيظ- شباكي تحت عنوان : السياحة وآثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر (2003) تناولت فيها الباحثة: مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري، كما تطرقت الى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، بالإضافة الى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات

المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة الى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

الثانية لـ الدكتور عامر عيساني تحت عنوان: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر -

تناول فيها الباحث الموضوع في خمس فصول تطرق الى خلفية نظرية عن السياحة وأثارها المختلفة، ثم تناول التنمية السياحية المستدامة في الجزائر وتطور السياسة السياحية، كما تناول الباحث إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وواقع السياحة في الجزائر، وكذا التنمية السياحية في مصر وتونس واقع وآفاق ، وفي الاخير تطرق الى دراسة تقييمية للتجارب السياحية في (الجزائر، مصر، تونس)، وقد توصل الباحث: التنمية السياحية أصبحت أولوية وطنية للدولة الجزائرية، ولم تعد خيارا، بل أصبحت ضرورة، فهي تشكل موردا بديلا للمحروقات بصفتها مصدرا ناضبا، وتقرض الوعي الوطني برهان التنمية السياحية كموجه للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، وأسوة بما حققته دول الجوار، فإن تحليل التجارب التي خاضتها كل من تونس ومصر في مجال التنمية السياحية تبرز عددا كبيرا من الدروس التي يمكن للجزائر أن تستفيد منها بغية تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية، وكذا ترقيتها لتصبح من الوجهات المميزة في المنطقة الأورو-متوسطية.

الثالثة للدكتور كواش خالد، بعنوان: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر(2003/2004)، تطرق الباحث إلى: تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وفي فصل أخير تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، الباحث حاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم

وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يلعب الدور المنتظر في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد و المغريات السياحية المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

- الرابعة للدكتوراه بوعقلين بديعة، تحت عنوان : الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر (2006/2005) تناولت الباحثة: الموضوع في خمسة فصول، تطرقت إلى مدخل للسياحة بحيث شمل التعاريف النظرية الخاصة بالسياحة والمفاهيم المرتبطة بها، ثم تناولت الاستثمارات السياحية وعلاقتها بالتسويق السياحي مع التركيز على العرض والطلب السياحي، كما أشارت إلى تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر عبر مختلف مراحل التنمية، كما قدمت تحليل للعرض والطلب السياحي حسب مختلف عناصرهما، ثم قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة وآفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري، توصلت الباحثة من خلال الموضوع الى تأكيد تعثر القطاع في كافة مراحل التنمية بسبب التهميش وغياب رؤية استراتيجية علمية و صادقة نحو بناء سياحة مستدامة تساهم في بعث التنمية الشاملة، كما أكدت على ضعف المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى، ومحدودية الشراكة الأجنبية في قطاع السياحة.

- الخامسة لـ محمد مصطفى محمود مصطفى، رسالة ماجستير، تحت عنوان: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة، تناول الباحث: الدراسة في ثلاثة فصول، اشتمل الفصل الأول منها على تعريف السياحة و بيان أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية، كما تضمن الفصل الثاني على أهم المشاكل و المعوقات التي تؤثر على قطاع السياحة، أخيرا في فصلا ثالث، وضحت الدراسة

الدور الذي تقوم به البنوك في دعم و تنشيط السياحة من خلال بيان تطور البنوك سواء التطور التكنولوجي، و تطور الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها.

محتويات الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول يسبقها مقدمة ويعقبها خاتمة، وذلك كما يلي:

الفصل الأول: عموميات حول السياحة

تناولنا المفاهيم المختلفة للسياحة وذلك من خلال تعريفها وتطورها وكذا أهمية السياحة وتأثيراتها المختلفة على الاقتصاد الوطني وعوامل الجذب السياحي ، كما تطرقنا في هذا الفصل إلى استعراض السوق السياحي وذلك من خلال تحليل ودراسة الطلب السياحي وكذا العرض السياحي.

الفصل الثاني: دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة في الجزائر

حيث تم استعراض محتوى هذا الفصل من خلال مبحثين، جاء المبحث الأول كمدخل لتعريف البنوك ودورها وكذا تطور النظام المصرفي في الجزائر.

أما المبحث الثاني والذي تناول طرق تمويل قطاع السياحة ودورها وذلك من خلال تحديد لمفهوم التمويل ومصادره وكذا تبيان دور التمويل الخدمي للبنوك وأثره على السياحة في الجزائر، ثم تم الانتقال إلى تبيان المشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي في الجزائر.

الفصل الثالث: دور البنوك في تنشيط السياحة -دراسة حالة ولاية سطيف-

خصصنا هذا الفصل لدراسة وتحليل واقع قطاع السياحة لولاية سطيف من خلال دراسة وتحليل أهم عناصره، وقد كان ذلك من خلال مبحثين ، استعرضنا في المبحث الأول عوامل الجذب السياحي بالولاية باعتبارها من أهم المناطق السياحية في الجزائر وذلك من خلال التقديم العام للولاية وتبيان المواقع والمعالم الأثرية بها، ثم تطرقنا في المبحث الثاني الى الاستثمار السياحي بولاية سطيف وذلك

المقدمة العامة

من خلال الوقوف على دور البنوك في عمليات تنشيط الاستثمارات السياحية بالولاية وأهم الاستثمارات المنجزة بها وكذا الاستثمارات في طور الانجاز.

وفي خاتمة الدراسة تم استعراض أهم النتائج المستخلصة وكذلك الاقتراحات التي يرى الطالب ضرورة الأخذ بها لتطوير قطاع السياحة بهذه المنطقة المهمة التي تزخر بإمكانيات هائلة في مجال السياحة .

الفصل الأول:
عموميات حول السياحة

تمهيد :

السياحة ظاهرة إنسانية نشأت منذ خلق الله الأرض ومن عليها فهي قديمة قدم الحياة و عريقة عراقة التاريخ، فمنذ زمن بعيد والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثا عن أمنه واستقراره سعيا وراء رزقه، ولقد تحولت ظاهرة انتقال الإنسان من مكان إلى آخر إلى ظاهرة اجتماعية ثقافية هدفها المتعة والراحة والاستجمام.

فالسّياحة هي الحركة الاجتماعية التي تتم اختياريا بهدف الترفيه والاستمتاع العقلي والبدني، وهي أيضا مجموعة من العلاقات والظواهر التي تترتب عن سفر وإقامة مؤقتة طالما أن هذه الإقامة لا تتحول إلى إقامة دائمة، ولا ترتبط بنشاط يدر ربحا، ولقد تعددت الدوافع والبواعث التي كانت وراء السفر و الانتقال ومنها: الدينية، الاستشفاء، الدورات الرياضية، الترفيه والتسوق...الخ.

وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، لقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة بشكل سريع وناضج.

وفي هذا الفصل سنتناول ظاهرة السياحة وأهميتها من خلال مبحثين كما يلي :

المبحث الأول: السياحة، مفهومها، تطورها أهميتها وعوامل الجذب السياحي

المبحث الثاني: عوامل ومحددات السوق السياحية

المبحث الأول: السياحة، مفهومها، تطورها وأهميتها وعوامل الجذب السياحي

تعد السياحة أحد أهم المجالات التي شهدت في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا باعتبارها أصبحت تشكل أحد الموارد للتنمية الشاملة والمعول عليها للمساهمة في زيادة النمو الاقتصادي وسوف نحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهومها وتطورها وكذا أهميتها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة وتطورها

يمكن تناول هذا المطلب كما يلي:

أولاً: مفهوم السياحة

أ - تعريف السياحة

تعددت التعريفات التي تحدد مفهوم السياحة و اختلاف كل تعريف عن الآخر يرجع إلى اختلاف الزاوية التي ينظر منها لتعريف السياحة⁽¹⁾. فتعتبر الأصول اللغوية لكلمة سياحة (tourism) من الكلمة اللاتينية "tornare" بمعنى يدور أو يلتف حول، و الكلمة tornus بمعنى دائرة أو حركة دائرية لتغيير مكان الإقامة. و منها قامت اللغات الأوروبية الحديثة باستخدام هذا المصطلح. فالكلمة الفرنسية "tour" تشير إلى السفر مع العودة ثانية لنقطة البداية والتي أصبحت الأساس للمصطلح الفرنسي "tourisme" وكذلك المصطلحات الإيطالية "tourismo" و الألمانية "tourismus" الذي حل محل كلمة "fremdenrerkeh" و الانجليزية "tourism" و الروسية "turizm". و كان أول استخدام للكلمة "tourist" أو سائح في عام 1800 م في الفترة ما بين (1800 - 1833)⁽²⁾.

¹ عطا الله أبو سيف إبادير ، "دور الإيرادات السياحية في تمويل التنمية الاقتصادية في جمهورية مصر العربية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، القاهرة 1981، ص11.

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، مصر، 1997، ص 21.

ويعتبر لفظ سياحة ليس جديداً على اللغة العربية حيث انه يوجد منذ زمن طويل و يعني التجوال وعبرة "ساح في الأرض" تعني ذهب و سار على وجه الأرض.

يلاحظ عند التعرض لمفهوم النشاط السياحي نجد انه يختلف بناء على وجهة نظر الشخص الذي يقوم بتقديم هذا المفهوم.

فالسائح يقوم باستغلال الإمكانيات المادية والمعنوية المتوافرة لديه بهدف تحقيق إشباع من النشاط السياحي، و تعتبر الطبيعة من المحددات الكبيرة لفترات الاختيار و الأنشطة التي يمكن التمتع بها.

أما مشروعات المؤسسات التي تقدم السلع والخدمات للسائحين ترى أن السياحة تعتبر فرصة عظيمة للربح عن طريق عرضها للسلع والخدمات "التي يقوم سوق السياحة بطلبها".

على حين نجد أن الحكومة ترى أن السياحة من مصادر الدخل للاقتصاد القومي، و تكون وجهة نظرهم متصلة بالدخل الخاص بمواطنيهم الذين يمكنهم الحصول عليه من هذا العمل.

أما بالنسبة للمجتمع الذي يقوم باستضافة السائحين فيرى أن النشاط السياحي على انه عامل ثقافي وتوظيفي وهذا هام بالنسبة لهذه المجموعة.

ب - تطور مفهوم السياحة دولياً: يمكن توضيح مراحل التي مر بها تطور مفهوم

السياحة كالاتي:

تمت أولى محاولات تعريف مصطلح السياحة من خلال عصبة الأمم و ذلك في عام 1937، حيث تم تعريف "السائح الدولي" للأغراض الإحصائية و كان ذلك من خلال الاتحاد العالمي لوكالات

السفر (**International Union of Official Travel Organization**)، وفي عام 1953

قامت لجنة الأمم المتحدة الإحصائية بوضع تعريف "الزائر الدولي". تم ذلك في مؤتمر الأمم المتحدة

للسياحة والسفر في روما 1963 تم تقديم تعريف لمصطلحات "الزائر"، و"السائح" و"المنتزه" التي تم

إقرارها من قبل منظمة (IUOTO). واختبرت هذه التعريفات فيما بعد من قبل مجموعة الخبراء في

إحصائيات السفر الدولي في عام 1967 عن طريق اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة.⁽¹⁾

قامت الحكومة الكندية في يونيو 1991 بتنظيم مؤتمر بالتعاون مع منظمة السياحة العالمية **World Tourism Organization (W.T.O)**. في مدينة أوتاوا، وكان المؤتمر حول

إحصائيات السفر والسياحة، وحضره ممثلين من الإدارات السياحية المحلية و صناعة السياحة و مكاتب الإحصاء المحلية و المنظمات الإقليمية و الدولية. قام المؤتمر بتعديل النتائج التي عرفت الأغراض الإحصائية الخاصة بالصناعة، وبحوث السوق، وأداء الصناعة، والتنبؤات السياحية.

وهذا بالمقارنة بالنتائج المتصلة بالمفاهيم، و التقسيمات التي تغطي الوحدة السياحية الأساسية، و الطلب السياحي، و العرض السياحي، و الإنفاق السياحي.

قامت عدة محاولات من قبل الباحثين و الهيئات لإعطاء تعريف موحد و شامل للسياحة و كل محاولة قامت بالتركيز على جانب معين أو ظاهرة معينة. منهم من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية و منهم من اعتبرها وسيلة لتنمية العلاقات الدولية و الإنسانية و الثقافية. فنجد أن البعض يطلق عليها صناعة القرن العشرين، أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعة المتكاملة أو الصناعة النظيفة الصديقة للبيئة وكذلك أطلق عليها بترول القرن الحادي و العشرين، ومن هذه التعاريف مايلي :⁽²⁾

1- عرف جوير فرولر (GUYER Freuller) الألماني عام 1905 السياحة بأنها : "ظاهرة من

العصر التي تتبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة و الاستجمام و تغيير الجو و الإحساس

¹ World Tourism Organization (1995) Collection of Domestic Tourism Statistics , World Tourism Organization Technical.

² هدي سيد لطيف، السياحة بين النظرية و التطبيق ، الشركة العربية للنشر و التوزيع القاهرة مصر، 1994 ، ص 10.

بجمال الطبيعة، و تذوقها و الشعور بالبهجة و المتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة و هي ثمرة تقدم وسائل النقل".⁽¹⁾

يلاحظ على هذا التعريف انه اهتم فقط بالجوانب الإنسانية و النفسية و أهمل الجانب الاقتصادي و الثقافي.

2- تعريف هيرمان فوشوليرون (HERMAN Von Scholleron) عام 1910 السياحة بأنها "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة و خصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"⁽²⁾

3 - HUNZIKER AND KRAFET: عرف السياحة بأنها "مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة لغير المقيمين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم ولا يرتبط بممارسة أنشطة كسبية"⁽³⁾

وللوصول إلى تعريف عام نورد التعريف المعتمد من قبل المنظمة العالمية للسياحة (OMT).

حسب المنظمة العالمية للسياحة تحتوي كلمة السياحة على مفهومين⁽⁴⁾.

- السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث تكون أسباب الزيارة 'السفر' من أجل الترفيه، الراحة، الصحة ، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية.

¹ عبد الخالق محمود ، السياحة العالمية ، مجلة الأهرام الاقتصادي ، العدد 21 ، القاهرة، 2003، ص 09

² جلييلة حسن حسنين اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية، 2003، ص 10.

³ AHMED TISSA. Economie touristique et aménagement du territoire. Opu Alger . p 94.

⁴ كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر - ، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004، ص 14.

- **المتجول المتنزه:** كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتادة.
- أما بالنسبة للجزائر فقد تبنت تعريف المنظمة العالمية للسياحة إلا أنها أضافت إليه بعض المفاهيم⁽¹⁾ منها:
- **الدخول:** كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.
- **المسافر:** كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مقر إقامته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية. والجوال في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يمكنه على متنها طول مدة إقامته في البلاد.
- **الزائر:** كل من دخل حدود الجزائر من غير أن يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أي مهنة مقابل أجر وهذا التعريف يشمل فئتين من الزوار هما السياح والجوالين.
- **السائح:** كل زائر لفترة محدودة، يبقى على الأقل 24 ساعة في البلاد، ويمكن تلخيص دواعي زيارته في الأغراض التالية: المتعة (في عطلة، أسباب صحية، دراسية، دواعي دينية، رياضية) أشغال (زيارة الأقارب، مهمة، اجتماع).
- **غير المقيمين:** هم السياح الجوالون والمسافرون العابرون للجزائر باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.
- **المقيمون:** هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية وغير المقيمين وكل الجزائريين يعتبرون مقيمين.

¹ المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر ، الديوان الوطني للإحصائيات نشرة، 1991، ص 264.

- **الجوال:** هو زائر لمدة محدودة، إقامته في الجزائر لا تتجاوز 24 ساعة وهذا المفهوم

ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية ماعدا المسافرين الذين يمكن اعتبارهم

من الناحية القانونية أنهم لم يدخلوا التراب فضلا عن سكان الحدود العاملين في الجزائر.

مما سبق يمكن تصنيف الخدمات السياحية إلى: (1)

* الخدمات المنفصلة أو المنعزلة: الخدمات التي تعتمد على عدم انتقال أي من المنتج

والمستهلك، كما هو الحال في انتقال المعلومات عبر الحدود الدولية.

* الخدمات المتمركزة في موقع طالبيها: الخدمات التي تطلب انتقال المنتج دون المستهلك، مثل

الحركة الدولية لعوامل الإنتاج، بالإضافة إلى الخدمات المصرفية و التأمين.

* خدمات متمركزة في موقع عارضها: خدمات تستلزم انتقال المستهلك دون المنتج كما هو الحال

في السياحة.

* خدمات مرتبطة وغير منفصلة: خدمات يجب أن ينتقل فيها كلا من المنتج و المستهلك، عندما

يقيم احد السائحين من دولة أجنبية في احد الفنادق في هذه الدولة، و يكون هذا الفندق مملوك لشركة

متعددة الجنسيات.

ج - خصائص السياحة

يتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله كصناعة يختلف عن باقي الأنشطة

الاقتصادية الأخرى ويمكن حصرها في الآتي: (2)

1- المنتج السياحي منتج مركب:

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص32

² نبيل الروبي ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية ، مصر، ص 9.

فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها لتشكل أو تقدم منتجاً سياحياً، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية (ظروف مناخية، جغرافية، وبيئية) وعوامل جذب تاريخية حضارية دينية وثقافية بالإضافة إلى بنى أساسية عامة مثل الطرقات، المطارات، وأماكن الإقامة كالفنادق والقرى السياحية ومن خدمات المطاعم وأماكن الترفيه وأيضاً منشآت لخدمة السائحين من مكاتب سياحية وبنوك. كما يتضمن المنتج السياحي درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي متمثلة في حسن المعاملة، والنقص في أي من هذه العناصر السابقة يؤثر على الصورة النهائية للمنتج السياحي، مما يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف.

2- السياحة صادرات غير منظورة:

فالسياحة تمثل عرضاً للخدمات بصفة أساسية وليست منتجاً مادياً يمكن نقله من مكان إلى آخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثمة فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي أي الدولة المضيفة لا تتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى⁽¹⁾.

3- كيفية بيع المنتج السياحي:

إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (الطبيعية، التاريخية، والأثرية،... الخ) لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المغريات لا تدر عائداً بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي وهذا الأخير لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب أن تتواجد جنباً إلى جنب مع المغريات السياحية وتتمثل هذه التسهيلات في أربعة مجموعات هي⁽²⁾:

¹ صلاح عبد الوهاب ، السياسة القومية للتسويق السياحي ، المركز العربي للبحث و النشر، القاهرة ، مصر، 1994 ، ص.18.

² نبيل الروبي، مرجع سابق ، ص12.

- مشروعات البنية الأساسية: كشبكات الطرق، والخدمات المرفقة (مياه، كهرباء، صرف صحي،...الخ) ووسائل الاتصال وتوفر الأمن السياحي وغيرها.
- منشآت الإقامة كالفنادق وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية كالمخيمات والقرى السياحية.
- مشروعات النقل السياحي البري والبحري والجوي.
- المنشآت السياحية الترويجية وغيرها كدور اللهو والتسلية ومجال بيع التذكارات والهدايا والسلع السياحية وغيرها.

4- السياحة الدولية منتج تصديري:

يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكلة الموسمية⁽¹⁾. ويمكن توضيح ذلك في الآتي :

- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار صرف العملات والتغيرات المناخية غير المنتظرة بالإضافة إلى قرارات الدول بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين بالخروج به.

- تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل وهذا يعني أن القرارات السياحية يمكن أن تتأثر كثيرا بالتغيرات القليلة في الأسعار والدخل وتقاس المرونة السعرية بالتغير النسبي في الطلب السياحي على دولة ما نتيجة التغير النسبي في سعر المنتج السياحي لهذه الدولة.

¹ صلاح عبد الوهاب ، مرجع سابق ، ص13.

أما مرونة الطلب الدخليه للسياحة فهي تنتج عن التغير النسبي في دخل السائح على التغير النسبي في الطلب السياحي.

- موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبيته موسمي فهناك عوامل أدت إلى الموسمية أهمها تركيز العطل المدرسية والعطل في المؤسسات الاقتصادية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسائحين تدعو إلى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة العطل التي تمثل قدرا كبيرا من النشاط السياحي هي التي تدعم هذه الظاهرة، أما الأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال، المؤتمرات، ...الخ) فلا تكون لها علاقة بالموسمية.

5- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل:

من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار⁽¹⁾ وخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية، مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة، لذا تسعى المؤسسات السياحية إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة (موسم الذروة) وادخار جزء من العائد لمواجهة التراجع خلال باقي السنة، وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في قطاع السياحة نذكر منها:

- إطالة موسم الإجازات توسيعا لفترة النشاط الموسمي السياحي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلاب السياحي كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.

¹ كواش خالد ، مرجع سابق، ص 22.

- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة وهو اتجاه قوى في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع ويسود فيها شتاء قاس مثل الدول الاسكندنافية، وكندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.⁽¹⁾

- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

6- عرض المنتج السياحي عرض جامد (غير مرن):

بمعنى أنه يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في غير مجال السياحة على الأقل في الفترة القصيرة هذا بالإضافة إلى أن عرض المنتج السياحي عامة ليس من السهل تغييره طبقاً لتغير أذواق السائحين و تفضلاتهم. وهذا ما يجعل عملية تسويق المنتج السياحي تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يتغير عرضها وفقاً لتعديل خط الإنتاج من حين إلى آخر يلائم مطالب السوق.⁽²⁾

ثانياً: نشأة و تطور النشاط السياحي عالمياً

تعتبر ظاهرة الانتقال و السفر من الظواهر القديمة قدم الإنسان، حيث عرف الإنسان هذه الظاهرة قبل ظهور الزراعة المروية حينما كانت حياته تتسم بالصراع مع الطبيعة من أجل البقاء، و حينما عرف الإنسان الاستقرار و تكوين العشيرة و القبيلة، عرف السفر أيضاً، و إن اختلفت دوافعه لهذا السفر عن ذي قبل.

من العرض السابق يتضح أن السياحة بدأت منذ نشأة الإنسان و كانت بسيطة و بدائية في مظهرها و أسبابها و أهدافها و وسائلها، و كان الغرض منها هو ممارسة الأنشطة الإنسانية الضرورية

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية، عمان، ط1، 2000، ص32

² صلاح عبد الوهاب، مرجع سابق، ص18.

للحياة مثل البحث عن الطعام والشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي.

يلاحظ أن حركة السفر و الانتقال في هذه الفترة اتسمت باستخدام وسائل الانتقال البدائية من دواب وترحال مترجل، إذ أن الإنسان حتى ذلك الوقت من التاريخ لم يكن قد استخدم قوة البخار كأداة للحركة. غير أن الإنسان في وقت لاحق عرف وسيلة الانتقال النهرية، و استخدم المراكب الشراعية التي تتحرك بقوة الرياح. كما عرفت في هذه العصور القديمة السياحة الرياضية والتي لم تكن نمطا حديثا و إنما يرجع تاريخها إلى الفترة من عام 776 ق.م إلى 393 ق.م . يعتبر توافر الطرق الجيدة والأمنة و سهولة السفر، من أهم أسباب تشجيع السفر في عصر الإمبراطورية الرومانية.⁽¹⁾

ويعتبر العرب أول من مارس السياحة الدينية في العصر الجاهلي حيث كانوا يزورون مكة لغرض العبادة و التجارة.

يلاحظ استمرار حركة السياحة أيضا في العصور الوسطى حيث كانت أغراضها الأساسية هي التجارة و الحج و الرحلات و الدراسة و أشهر رحالة في هذه الفترة ابن بطوطة، و كذلك الرحالة الايطالي ماركو بولو الذي قام برحلة إلى الصين، و كريستوفر كولومبس و كشفه للأمريكتين.

وقد حدث بعد ذلك تطور كبير في وسائل النقل، بعد الثورة الصناعية الأولى نتيجة لاكتشاف قوة البخار، و إنشاء الخطوط الحديدية في منتصف القرن التاسع عشر مما أدى إلى زيادة حركة السفر والانتقال بين أنحاء العالم، و بتطور حركة النقل و زيادة درجة الأمان في الرحلات.

بدأ تزايد حركة السفر وبشكل مطرد، مع تطور صناعة السيارات في الفترة ما بين الحربين وشيوع استخدام الطائرات في الأغراض المدنية عقب الحرب العالمية الثانية، تراجعت الأهمية

¹ عادة على محمود ، منى فاروق حجاج ،صناعة السفر والسياحة ،بدون دار ناشر ، 1997 ،ص 13.

النسبية للسكك الحديدية ووسائل الانتقال البحرية، وظهرت شركات النقل الجوي العملاقة مثل T.W.A.⁽¹⁾

المطلب الثاني: أهمية السياحة

لقد أثبتت تجارب العديد من دول العالم أن السياحة دعامة أساسية للتنمية الاقتصادية نظرا لكونها قطاعا مركبا من عدة صناعات كالفندقة والنقل، الصناعات التقليدية بالإضافة إلى الأنشطة التجارية المتعددة كنشاط شركات السياحة وشركات التأمين السياحية، فضلا عن نشاط القطاع الحكومي المتمثل في التسهيلات والتنسيق بين الأجهزة المختلفة.⁽²⁾

فالسياحة هي أحد المداخل الهامة للمساهمة في حل المشكلة الاقتصادية لما توفره من عملات أجنبية وخلق فرص عمل جديدة باعتبارها نشاطا استثماريا يستقطب رؤوس الأموال المحلية (الوطنية) ورؤوس الأموال الأجنبية في مختلف المشاريع السياحية المباشرة، والمشاريع المكملة للسياحة، وكافة الصناعات المغذية لقطاع السياحة باحتياجاته المختلفة.

كما تساعد السياحة على فتح أسواق جديدة للسلع المحلية خاصة تلك المتعلقة بالصناعات التقليدية التي تمثل موروث البلد المستقبل للسواح، كما أنها تساهم في تنمية المناطق النائية والريفية، بالإضافة إلى أن السياحة تمثل إحدى وسائل التفاهم والتلاقي الثقافي والحضاري بين الشعوب.

¹ عادة على محمود، مرجع سابق، ص 21.

² عبد الخالق محمود ، السياحة العالمية ، مجلة الأهرام الاقتصادي ، العدد 21 ، القاهرة، 2003 ، ص11.

ولهذه الأسباب شهدت السياحة العالمية قفزات هائلة خلال عقود النصف الثاني من القرن العشرين حتى أصبحت تقترب نحو صادرات القطاعات الاقتصادية في البناء الاقتصادي العالمي ففي الوقت الذي كان عدد السياح في مطلع الخمسينات من هذا القرن 25 مليون سائح وكانت عوائد السياحة 05 مليار دولار، فقد ارتفع عددهم في عام 2006 إلى حوالي 842 مليون سائح وبلغت العائدات السياحية حوالي 800 مليار دولار.

وعلى الصعيد العالمي توفر السياحة 231 مليون منصب شغل مباشر وغير مباشر أي 8% من مجمل مناصب العمل، وتمثل 12% من الناتج الخام العالمي و 30 % من المبادلات الدولية من الخدمات التجارية، لذا برزت أهمية دراسة الآثار الناجمة عن الحركة الدولية بصفة عامة والداخلية بصفة خاصة ومنها الاقتصادية، والاجتماعية الثقافية والبيئية.⁽¹⁾

يرى كثير من المهتمين بقطاع السياحة بأن لها دورا هاما في تنمية وتطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في المجتمعات الإنسانية بصفة عامة، كما أن هذه الصناعة لا تخلو من الجوانب السلبية أسوة ببقية الصناعات الأخرى ولذلك فلا مناص من الإلمام بالآثار المتعددة لهذه الصناعة، حيث يمكن درء المشاكل وتعزيز المزايا عند تنمية القطاع بالطرق التي تعنى باحتياجات الحاضر ومتطلبات المستقبل، وفي هذا الشأن يمكن رصد ثلاثة أنواع من الآثار: الاقتصادية، الاجتماعية الثقافية، والآثار البيئية.

أولا: الأهمية الاقتصادية للسياحة

يمكن النظر إلى الآثار الاقتصادية الأساسية للسياحة من زاويتين:

الآثار الاقتصادية المباشرة، والآثار الاقتصادية غير المباشرة.

¹ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص.27.

أ- الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة

تتمثل الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة فيما يلي: (1)

أ-1- السياحة كمصدر دائم لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية

يؤدي النشاط السياحي إلى تحسين الوضع الاقتصادي و تقويته إذ يترتب على ذلك زيادة الاستثمار في المشروعات المختلفة و منها المشروعات السياحية مما يؤدي إلى تزايد فرص العمالة وزيادة الدخل حيث أنها تفتح مجالات مختلفة للاستثمار مثل الفنادق و المطاعم وشركات السياحة ووكالات السفر ومراكز الاستشفاء ومراكز الرياضة والترويج والقرى السياحية والبواخر ووسائل النقل السياحي بالإضافة إلى المشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية متكاملة.. (2)

ومن ناحية أخرى يترتب على دخول الاستثمارات الأجنبية زيادة خبرة المستثمرين المحليين لاختلاطهم بالمستثمرين الأجانب و الأخذ بأساليب البحث العلمي و التطور التكنولوجي. ومن هنا تزداد الأهمية النسبية للدخل السياحي من حيث مساهمته في تمويل وتنفيذ خطط التنمية الشاملة وخاصة في ظل عدم استقرار أو عدم استمرارية مصادر الدولة من النقد الأجنبي.

و تتمثل التدفقات السياحية من النقد الأجنبي على سبيل المثال في الآتي:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء فنادق و قرى سياحية... الخ) مع الأخذ في الاعتبار الآثار السلبية الناجمة عن تلك المساهمات و التي

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، اعتبارات في التسويق السياحي، نشرة بحوث السياحة، العدد 06، 2004، مصر، ص 41.

² عبد الخالق محمود ، مرجع سابق، ص 14.

تتمثل في حجم التسربات للخارج المتمثلة في مصروفات الدعاية و الإعلان و المصروفات

الإدارية الأجنبية و أجور و مرتبات العاملين.⁽¹⁾

- المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة فعلا مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.

- فروق تحويل العملة.

- الإنفاق اليومي لسائحين مقابل الخدمات السياحية بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع

الإنتاجية و الخدمات لقطاعات الاقتصادية أخرى.

- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

أ- 2 - السياحة و خلق فرص عمل متعددة:

يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والعمالة، حيث تشير الإحصائيات والدراسات على

أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الاقتصادية

الأخرى وتمثل حوالي 8% أو من نسبة التوظيف على المستوى العالمي الحالي.⁽²⁾

تشمل السياحة وهي صناعة مركبة الكثير من الصناعات وأوجه الأنشطة التجارية التي لا تزال

تعتمد على العامل الإنساني اعتمادا رئيسيا، كما تتصل بكثير من القطاعات الإنتاجية الأخرى كقطاع

التشييد والقطاع الصناعي والزراعي، قطاع البنوك، التأمين، والقطاعات الخدمية الأخرى.

وقد أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على العمالة وخلصت إلى مايلي:⁽³⁾

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

¹ عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر ، المكتب العربي الحديث ، القاهرة، 1992، ص 100.

² Pierre py , le tourisme un phénomène économique, édition les études de la documentation française ,Paris,1996,p:6.

³ حفيظ مليكة ،السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر , رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة منتوري ، قسنطينة ،جوان 2003، ص168.

- بالنسبة لباقي النشاطات السياحية تخلق وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقى.

- بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة تنشأ وظائف بنسبة 100% من الوظائف التي تخلقها الفنادق والمحصلة النهائية أن السياحة تخلق 2,75 وظيفة لكل غرفة. فإذا كان يخطط لإنجاز 100 غرفة فندقية جديدة فإن عدد الوظائف المترتبة على ذلك يكون في حدود 275 وظيفة جديدة مباشرة وغير مباشرة.

إلى جانب أن السياحة كثيفة الاستخدام للقوة العاملة، فإنها عادة ما تكلف فرصة عمل في النشاط السياحي رأس مال مستثمر أقل من المتوسط العام اللازم لخلق فرصة عمل في الاقتصاد الوطنى، في بريطانيا مثلاً تقدر تكلفة الاستثمار لخلق فرصة عمل في النشاط السياحي بثلاثي متوسط تكلفة الاستثمار اللازم لخلق فرصة عمل بالنسبة للاقتصاد الوطنى في مجموعة⁽¹⁾.

ويمكن أن ينجم عن النشاط السياحي أربعة أنواع من العمالة:

- فرص العمل التي تتحقق عند بناء البنية المادية التحتية اللازمة للنشاط السياحي وكذلك تلك اللازمة لبناء وحدات النشاط السياحي وهي عمالة تتحقق بمناسبة نشاط الاستثمار السياحي.

- فرص العمل في النشاط السياحي نفسه أي نشاط إنتاج الخدمات المكونة للخدمات السياحية المركبة، يضاف إليها المحلات التجارية المتخصصة في البيع للسائحين أو إنتاج سلع للسائحين والشركات السياحية والجهاز الإدارى في الدولة المنشغل بالنشاط السياحي، هذه العمالة مع العمالة اللازمة للاستثمار السياحي عمالة تخلق بصفة مباشرة في النشاط السياحي⁽²⁾.

¹ دلال عبد الهادى ، اقتصاديات صناعة السياحة ، الفتح للطباعة والنشر الإسكندرية، مصر ، 2006 ، ص60.

² عيبر عطية ، التنمية السياحية على المستويين الدولى والمحلى (مصر) ، جامعة الإسكندرية ، ص134.

- فرص العمل التي تتحقق في فروع النشاط الاقتصادي التي تغذي نشاط السياحة بمدخلات مادية وخدمية يزيد الطلب عليها مع التوسع في النشاط السياحي وهي عمالة غير مباشرة.
- عمالة محفوزة: تتمثل في العمالة التي تتولد نتيجة الإنفاق السياحي، إذ أن زيادة الإنفاق على النشاط السياحي يترتب عليه زيادة فرص العمالة سواء في صناعة السياحة نفسها أو الصناعات المتصلة المغذية لها⁽¹⁾ ويتوقف تأثير السياحة على القوى العاملة في مختلف دول المقصد السياحي على مجموعة من المتغيرات:⁽²⁾
- حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة وما يتولد عنه من فرص عمل جديدة في هذا القطاع وفي القطاعات القائمة عليه.
- نوعية العمالة التي تولدها صناعة السياحة، والتي تتباين بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات والخيارات المتميزة.
- نوعية الخبرات المتاحة في الإقليم السياحي ومستوى أدائها.

ب - الآثار الاقتصادية غير المباشرة للسياحة

تتمثل الآثار غير المباشرة للسياحة فيما يلي :

ب-1- السياحة و تأثيرها على التوازن الإقليمي و البنية الأساسية

إن السياحة تخلق نوعا من التوازن الاقتصادي والاجتماعي داخل البلد الواحد و ذلك لان المناطق السياحية غالبا ما تنشأ في أماكن لا تقام فيها مشروعات صناعية أو تجارية و من ثم فان التنشيط السياحي في هذه المناطق يساهم في رفع المستوى الاقتصادي و الاجتماعي في هذه المناطق.

¹ عبير عطية ، مرجع سابق، ص135.

² دلال عبد الهادي ، مرجع سابق ، ص6.

كما أن النشاط السياحي يعمل على زيادة النمو الحضري من خلال الزيادة المستمرة في أعمال البناء و التشييد و هذا بدوره يتطلب إقامة و تحسين المرافق الأساسية و المباني السياحية على الأخص في المناطق النائية⁽¹⁾

ب-2- السياحة و زيادة الإيرادات السيادية

السياحة وسيلة من وسائل زيادة حصيلة الدولة من الضرائب المباشرة و غير المباشرة و ذلك من خلال رسوم التأشيرات و رسوم الهبوط و المغادرة التي تحصل في الموانئ و المطارات بالإضافة للرسوم التي تحصلها الدولة على تذاكر السفر و الفواتير الخاصة بالإقامة في الفنادق و تناول الوجبات و المأكولات و المشروبات و ارتياد الملاهي... الخ.⁽²⁾

كما أن هناك رسوما أخرى تحصلها الدولة عن هبوط و مغادرة و إيواء وحدات النقل من طائرات و بواخر و غيرها.

هذا بالإضافة إلى الضرائب التي تحصل على أرباح المنشآت العاملة في قطاع السياحة من فنادق و محلات عامة و شركات سياحية.

ب-3- تشابك القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الأخرى:

تتمثل علاقة تشابك القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال ما يحققه الإنفاق السياحي من مقررات انفاقية و زيادة في القوى الشرائية.

حيث يؤدي قدوم آلاف السائحين من منطقة إلى أخرى إلى زيادة الطلب على ما يفي باحتياجات هؤلاء الوافدين من طعام و شراب ومستلزمات أخرى وما يترتب على ذلك من زيادة مبيعات وبالتالي زيادة دخول المنشآت التجارية ولما كانت السلع التجارية يقوم بإعدادها أحيانا قطاع الصناعة

³ صلاح عبد الوهاب، التخطيط السياحي، الدار القومية للنشر، العدد الثاني، القاهرة، 1991، ص 56

² عيبر عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي (مصر)، جامعة الإسكندرية ص.71.

أو قطاع الزراعة فان السياحة بذلك تقوم بتنشيط هاذين القطاعين. بالإضافة إلى ذلك فان هناك مجموعة من الحرف وخاصة اليدوية منشط لنشاط حركة السياحة ومن أمثلة ذلك التذكيرات السياحية.

ب-4- الدخل السياحي و أهميته النسبية للدخل القومي:

يتوقف اثر قطاع السياحة على الدخل القومي على كل من الإنفاق السياحي والمضاعف السياحي. و عرف الإنفاق السياحي انه التقييم لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين أي أن كل إنفاق من السائح يقابله خدمة يحصل عليها و يمثل هذا الإنفاق دخولا مباشرة للأفراد الذين يعملون في قطاع السياحة و هؤلاء ينفقون جزءا منه لسد احتياجاتهم الاستهلاكية فتتولد بذلك دخول أخرى لمجموعة جديدة من الأفراد اللذين ينفقون بدورهم جزءا منها في شراء احتياجاتهم الاستهلاكية.⁽¹⁾

وهكذا تستمر دورة الدخل والإنفاق حتى يتوقف اثر الإنفاق تماما، ويؤدي نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على الخدمة الفندقية في المبيت والمآكل والمشروبات وسائر الخدمات الفندقية الأخرى، و يتفرع من الإنفاق المشار إليه سلسلة من المصروفات الأخرى تشمل التكاليف التي يتحملها القائمون على صناعة الفنادق والمتمثلة في تجديد أثاثها و سائر المهمات اللازمة لتشغيلها فضلا عن أعمال التصميم و الصيانة و التحسين و التجديد.

وهذا يعني انتقال جزء من دخول المشتغلين بالصناعة الفندقية إلى عملائهم الذين يمدونهم بهذه الخدمات، كذلك يؤدي نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على شراء الهدايا التذكارية و التحف

¹ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق ، ص68

وغيرها من السلع الاستهلاكية فضلا عن زيادة دخول المرشدين السياحيين و غيرهم ممن تتصل مهنتهم بالسياحة.⁽¹⁾

و لما كانت زيادة الإنفاق في شتى المجالات المتصلة بالسياحة تؤدي إلى زيادة دخول كثير من الأفراد كما قدمنا فيترتب على ذلك بداهة ارتفاع معدل الإنفاق على السلع الاستهلاكية مما يساعد بدوره على تنشيط الصناعات المتصلة بالسياحة بطريق مباشر أو غير مباشر.

و إلى جانب أنواع الإنفاق التي يرجع مصدرها إلى السياح هناك نوع آخر من الإنفاق تتولاه الدولة نفسها و يتمثل في ما تنشئه من مدن سياحية و ما تقوم به من رصف الطرق وما تنظمه من معارض و متاحف و غير ذلك يؤدي هذا النوع من الإنفاق بدوره إلى زيادة النشاط الاقتصادي لما يترتب عليه من زيادة دخول الكثير من الأفراد و الهيئات و المقاولين و غيرهم كما يؤدي إلى انكماش البطالة.⁽²⁾

وينظر إلى اثر الإنفاق السياحي على الدخل القومي على انه مجموع الدخول التي تولدت خلال دوران الإنفاق السياحي وهو ما يطلق عليه اثر المضاعف السياحي.

إن الفكرة الأساسية للأثر المضاعف للسياحة هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السائحين في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية

الأخرى

¹ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص 68

² عبد الخالق محمود ، مرجع سابق، ص 17

وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة وتضخم المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تتحصل عليها الدولة في استيراد بضائع وخدمات مما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة.⁽¹⁾

إلا أن الدخل الأول غالبا ما ينقسم إلى شريحتين الأولى تخرج مؤقتا أو نهائيا من مجرى التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صورة استيراد السلع اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية أو كأرباح للمستثمرين الأجانب، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى نفس التقسيم ويتكرر الإنفاق عدة مرات ولذلك يسمى مضاعف الإنفاق، وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في الدول السياحية المتقدمة بما يعادل 5 مرات في حين يكون منخفضا في الدول النامية من 1,2 إلى 2 مرة ويرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت المنطقة السياحية التكامل في قطاعاتها قل التسرب وارتفع معدل المضاعف.⁽²⁾

ب-5- السياحة والعلاقات الدولية العالمية:

من خلال السياحة يتم توثيق العلاقات بين أفراد الشعوب المختلفة و بالتالي تخفيف حدة التوتر العالمي وسيادة روح التعاطف والإنسانية.

كما يمثل النشاط السياحي أهم عوامل توزيع الثروة على المستوى العالمي حيث تمثل السياحة الأجنبية (الدول الغنية المتقدمة) نسبة كبيرة موجهة إلى الدول النامية و التي تعد أكثر اجتذابا للسياح و من هنا يتم إعادة توزيع الثروات بين الدول الغنية و النامية.⁽³⁾

¹ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص71

² عبير عطية ، مرجع سابق ، ص131.

³ صلاح عبد الوهاب ، مرجع سابق ، ص20.

ثانيا: الأهمية الاجتماعية للنشاط السياحي

يلعب القطاع السياحي دورا هاما في التأثير على الظواهر الاجتماعية في أي دولة أو منطقة و على دور كل من الرجل و المرأة داخل المجتمع نفسه⁽¹⁾.

وتتوقف الآثار الاجتماعية للنشاط السياحي على عدة اعتبارات منها مدة اللقاء بين السائح والمضيف و نوع السائح و جنسيته.

وقد كان لإقرار حق الإنسان العامل في الإجازة مدفوعة الأجر منذ اتفاقية منظمة العمل الدولية عام 1936 فضل كبير في الاعتراف بالحق الإنساني الأساسي في الراحة و وقت الفراغ و هو مرتكز أساسي من مرتكزات ظاهرة السياحة الدولية المنظمة التي بدأت في الظهور و التقدم بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية و بوجه خاص بعد إعادة بناء أوروبا التي دمرتها الحرب بفضل مشروع مارشال الأمريكي عام 1950 م.

وقد أضاف إعلان مانيلا للسياحة العالمية أن العناصر المعنوية يجب أن تكون لها الأولوية على العناصر الفنية والمادية وهذه العناصر المعنوية هي:

- تحقيق الإنسان لذاته؛
- مساهمة متزايدة و مستمرة في التعليم؛
- المساواة بين الأمم في المصير؛
- تحرير الإنسان وفقا لروح الاحترام لشخصيته و ذاتيته؛
- تأكيد أصالة ثقافات وحضارات الشعوب المختلفة؛
- احترام التراث المعنوي للشعوب؛

¹ سلوى مرسى، "تخطيط السياحة في الجمهورية العربية المصرية وأهميتها"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص 95.

ولذلك فإن السياحة الاجتماعية هي هدف يجب أن يسعى إليه المجتمع إسعاداً للمواطنين الأقل حظاً في ممارستهم لحقوقهم في الراحة.

وفيما يلي عرض لأهم الآثار الاجتماعية للتنمية السياحية علاقتها بالمجتمع وسلوك الأفراد.⁽¹⁾

أ- الآثار الاجتماعية على المجتمع و الأسرة

يعمل النمو السياحي على إعادة تركيب البناء الاجتماعي للمنطقة وتغيير سماته تغييراً ملموساً و لعل أهم هذه التغيرات إتاحة فرص العمل أمام المرأة مما يساعد على توفير مصدر دخل إضافي يزيد من دخل الأسرة و يدفع مستواها علمياً و صحياً و اجتماعياً.

كما انه يوفر فرص العمل غير المباشرة في المناطق التي تنسم فيها الأنشطة الاقتصادية التقليدية بالنمو البطيء مثل: الزراعة و تربية الماشية.

وقد يؤدي نمو النشاط السياحي في المناطق الزراعية إلى تحول كثير من العمال من العمل في المجال الزراعي إلى النشاط السياحي خاصة أن مستوى الأجور في القطاع السياحي أعلى منه بكثير و في غيرها من القطاعات و ليس في الزراعة فقط.

ب- النشاط السياحي واثر المحاكاة:

أن الأسلوب الثقافي الذي يتميز به السائح مع شعور المضيف خاصة الشباب بالنقص الذي يؤدي إلى التقليد عادة يجعل المضيف يحاول اخذ أسلوب المحاكاة.

كما أن التأخر الاقتصادي للبلد المضيف يجعل أفرادهم يوائمون بين أسلوب الانحياز للسلوك الغربي أو البعد عنه وفقاً لطبيعة النظام السياسي في بلادهم .

¹ صلاح عبد الوهاب"، مرجع سابق، ص22.

ج- التنمية السياحية والظواهر الثقافية:

يحفز النشاط السياحي الرغبة في التنمية السياحية على حماية حضارة الدولة و ثقافتها المتوازنة كما انه يحفز على اكتشاف الكنوز الثقافية غير المستغلة في الدولة و الاستعانة بها في التمويل الذاتي لتجديد التراث الثقافي و بالتالي تتم المحافظة على كثير من القيم الثقافية و التاريخية.⁽¹⁾

المطلب الثالث: عوامل الجذب السياحي

هناك العديد من عوامل الجذب السياحي التي تحدد مدى جاذبية إقليم ما دون الآخر، بالنسبة للسائحين، و توجد هذه العوامل و تميز إقليم أو دولة معينة أو حتى قارة بأكملها. و يمكن تقسيم هذه العوامل إلى العديد من التقسيمات، مثل تقسيمها إلى عوامل جذب طبيعية حيث لا يكون للدولة أو الإقليم أي دخل في وجودها في هذه الحالة، مثل الموقع الجغرافي المتميز، أو البيئة الطبيعية من حيث درجة الحرارة أو التنوع البيولوجي و الجغرافي أو توافر الشواطئ و البحيرات. أما النوع الثاني فيشمل العوامل التي تكتسبها الدولة عبر الزمن ويكون للدولة دخل في إيجادها مثل ما تتركه الحضارات القديمة من اثار وكذلك العوامل الاجتماعية والثقافية التي تميز إقليم عن آخر. وتوجد تقسيمات عديدة لعوامل الجذب السياحي ،وقد تقع احد هذه العوامل في أكثر من تصنيف.⁽²⁾

يمكن تصنيف عوامل الجذب السياحي وفق المعايير التالية:

أولاً: العوامل الأولية للجذب السياحي

وتشمل تلك العوامل المتغيرات الساكنة، أي تلك العوامل التي لا تتغير عبر الزمن، مثل الموقع الجغرافي و مكونات البيئة الثقافية التي تميز إقليم معين، و يمكن تقسيم تلك العوامل إلى عوامل

¹ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص78.

² عبد الخالق محمود ، مرجع سابق ، ص21.

فرعية مثل العوامل الطبيعية كسطح الأرض وما يوجد عليها من السهول والوديان والجبال والغابات والشواطئ الساحلية و الأنهار والبحيرات، ويلعب الطقس دورا هاما في هذا النوع من العوامل والذي يشمل بدوره الإقليم المناخي الذي تقع فيه الدولة.

ويندرج تحت هذا النوع أيضا وسائل الانتقال من وإلى الإقليم وحتى داخل نفس الإقليم وتقوم العوامل الثقافية بدور كبير في تحديد العوامل الأولية من حيث التاريخ والأحداث التنكارية والصناعات اليدوية والتراث الشعبي والعادات والتقاليد الشعبية.⁽¹⁾

ثانيا: العوامل الثانوية

تشمل العوامل والتي تصنف بالتغير المستمر، حيث تغير أهميتها من فترة لأخرى و تكون هذه العوامل متجانسة فقط بالنسبة للوقت الذي تكون فيه. و تلعب هذه العوامل دورا هاما في حالة وجود سوق سياحي يتصف بالمنافسة الكاملة حيث تقوم بتحديد الطلب. كما تتمثل تلك العوامل في الإدارة كذلك أساليب التركيز على تنمية و تطوير الطلب، و تتمثل هذه العوامل في العرض السياحي من أماكن الإقامة والتغذية والخدمات الشخصية التي تقدم إلى السائح أثناء فترة إقامته و إضافته.⁽²⁾

والأنشطة الرياضية، و كذلك سياسيات السوق المتبعة و العوامل الإدارية مثل مدى حرية دخول الدولة (الدخول بدون الحصول على تصريح مسبق) ومدى وجود قيود على النقد الأجنبي، والنظام الاقتصادي السائد هل هو اقتصاد مخطط أم اقتصاد حر أم مختلط.

¹ عبير عطية ، مرجع سابق ،ص147.

² دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص81.

وأخيرا اتجاهات سوق السياحة من حيث مدى نمو السوق و الإنشاءات الحالية فيه و أخيرا الموقف التنافسي للأسواق المتماثلة.

ثالثا: العوامل الأخرى

وهي عوامل لا يمكن استبدالها، و كذلك هي عوامل تتساوى في الأهمية مع العوامل الأولية والثانوية. تتمثل في العوامل التسويقية للإقليم و موقف الأسعار من حيث معدلات الأسعار السائدة في الدولة. و أخيرا التنظيم من حيث نوع الإدارة السائد.⁽¹⁾

المبحث الثاني: عوامل و محددات السوق السياحية

إن السوق السياحية سوق مختلفة على كل من سوق السلع و سوق الخدمات. فالسياحة في مجموعها ليست سلعة كما أنها ليست خدمة بل هي مركب من عمليات كثيرة بعضها خدمي و البعض الآخر سلعي.⁽²⁾

كما أن مفهوم السوق يعني التقاء قوى العرض والطلب أي التقاء مجموع فرص الشراء واحتمالات البيع فالتعرف إذن على السوق السياحية يتأتى من دراسة كل من العرض السياحي والطلب السياحي.

فيمكن معرفة كيفية التأثير على كل منهما لتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد المحدودة و اختيار الوقت و المكان و نماذج الإقامة و الإعاشة التي تتفق مع ظروف البلاد الاقتصادية.

¹ عبد الخالق محمود، مرجع سابق ، ص24.

² صلاح الدين عبد الوهاب، "اعتبارات في التسويق"، نشرة بحوث السياحة، العدد06، 1970، ص56.

وحتى يمكننا الوقوف على مستوى أداء النشاط السياحي وما وراءه من ضعف أو قوة و إدراك معوقاته ومشاكله وأماكن القصور فيه ومدى توافقه مع المتغيرات الخارجية والداخلية المرتبطة بالنشاط السياحي تم التحليل والدراسة من خلال المطلبين التاليين:

المطلب الأول: الطلب السياحي.

المطلب الثاني: العرض السياحي.

المطلب الأول: الطلب السياحي

يمثل الطلب السياحي احد أهم عناصر قياس مدى تفاعل قطاع السياحة مع رغبات شرائح السياح ، ويمكن توضيح ذلك من خلال تحديد ماهية الطلب السياحي وخصائصه والعوامل المحدد للطلب السياحي وذلك كما يلي:

أولاً: ماهية الطلب السياحي

أ- تعريف الطلب السياحي

يعرف الطلب بشكل عام انه رغبة المستهلكين باقتناء السلع والخدمات عند سعر معين وفي فترة زمنية معينة .

أما الطلب السياحي فهو عبارة عن كمية السلع والخدمات السياحية التي يرغب ويستطيع المستهلكون الحاليون أو المحتملون اقتنائها في زمن معين ،وهو يعني انتقال مؤقت للأشخاص خارج أماكن إقامتهم لأغراض سياحية .

ومن خلال هذين التعريفين يمكن استخراج الفارق بين الطلب بشكل عام والطلب السياحي كمايلي :

- الطلب بشكل عام ينصب على جميع السلع والخدمات المعروضة للبيع في الأسواق، في حين أن الطلب السياحي ينصب على نوع معين من الخدمات تسمى بالخدمة السياحية (المنتج السياحي) الذي يلبي حاجيات السياح.⁽¹⁾
- الطلب بشكل عام يمارس من قبل جميع الأفراد القادرين على الدفع، في حين أن الطلب السياحي يمارس من قبل شريحة محددة في المجتمع تسمى بالسواح .
- الطلب بشكل عام يمارس على مدار السنة وفي جميع الأماكن والأسواق، بينما يمارس الطلب السياحي بأوقات معينة من السنة أثناء تنفيذ الرحلة السياحية وغالبا ما يكون في موسم الذروة السياحية وفي المناسبات وعندما يتوفر وقت الفراغ .
- أما من الجانب الكمي فيقاس الطلب السياحي على أساس عدد تذاكر السفر المباعة، الغرف المؤجرة الوجبات المستهلكة، عدد ليالي المبيت وغيرها.
- الطلب السياحي هو مجموع الاتجاهات والرغبات تجاه دولة ما و الذي تتوقف على العديد من العوامل والمؤثرات بعضها شخصي مثل المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي للفرد و البعض الآخر مرتبط بالعوامل النفسية مثل المحاكاة و الرغبة في زيادة المعرفة.⁽²⁾
- كما أن هناك عوامل خارجية كالظروف السياسية و الاقتصادية التي تحيط بكل من البلد المصدر والبلد المستورد للسائح.

ومن العوامل المؤثرة على الطلب السياحي والمرتبطة بالدول المصدرة للسائح ما يلي:⁽¹⁾

¹.صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 58.

².د. سلوى مرسى، مرجع سابق، ص 50.

- درجة التقدم الاقتصادي للدول حيث تصبح السياحة مطلباً أساسياً للفرد كلما زادت درجة التقدم والرفي؛
- النظم المحددة لأوقات العمل والإجازات فهي محدداً أساساً في عملية تخطيط الرحلات السياحية و مدى القدرة على تحقيق أكبر استفادة ممكنة منها؛
- القدرة المالية حيث يعتبر مستوى الدخل و المعيشة من المؤثرات المباشرة على الإنفاق السياحي لما له من درجة مرونة عالية بالنسبة لتغيرات الدخل؛
- حرية التحويل التقدي حيث تفرض بعض الدول قيوداً على تحويل العملات (بغرض المحافظة على احتياطياتها النقدية) الحرة للخارج مما يؤثر على الطلب السياحي لتلك الدول.
- ومن حيث الدول المستقبلية للسائحين هناك العديد من العوامل المؤثرة والمرتبطة بها على سبيل المثال: (2)

- الإغراءات السياحية المتاحة وهي تمثل موارد الدولة المستوردة للسائحين و درجة تنوعها لمواجهة أغراض السياحة المتعددة من علاج و ثقافة و استجمام و رياضة... الخ؛
- مدى كفاءة الخدمات السياحية تؤثر تأثيراً قوياً على درجة التدفق السياحي للدولة كحسن استقبال و استضافة السائح و هذا يعطي انطباع قوي لدى السائح لا يؤثر فقط على عدد مرات عودته بل يؤثر على درجة دعايته للبلد المضيف عند عودته لبلاده و ذويه و بالتالي اتساع السوق السياحي ومواجهة المنافسة الدولية أمام هذا البلد؛

¹ د. إيهاب عز الدين نديم، "اقتصاديات السياحة في مصر ووسائل تنشيط الاستثمار السياحي بها"، مؤتمر السياحة في مصر، 23/22 مارس 1988، ص 30.

² صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 61.

- الاستقرار والأمان من العوامل الهامة التي تؤثر على الطلب السياحي لحساسيته الشديدة للتقلبات السياسية و الطبيعية و درجة تلوث البيئة؛
- بما أن السائح يتجه إلى البلدان التي تتلاءم فيها الأسعار مع قدراته المالية فإن ارتفاع تكلفة الخدمة السياحية يؤثر تأثيرا مباشرا على الطلب السياحي.

ب - خصائص الطلب السياحي

من ما سبق يمكن أن نستخلص مجموعة الخصائص التي يتم بها الطلب السياحي و هي:

- 1- الموسمية: حيث يزداد الطلب السياحي عادة في فصول الصيف وان كان يزداد في بعض المناطق خلال فصل الشتاء لانتشار رياضة الترحلق على الجليد⁽¹⁾.
- 2- عدم التكرار: حيث لا يعني تحقيق درجة عالية من الإشباع لدى السائح ضرورة قيامه بتكرار زيارة البلد.⁽²⁾
- 3- التركيز: يتم تركيز الطلب السياحي على مدن و مناطق الجذب السياحي من مناطق الاستشفاء و السواحل و المدن ذات التراث الثقافي والحضاري وهذا يؤدي إلى تركيز مشروعات العرض السياحي في مناطق معينة وترك الأقاليم المجاورة.
- 4- عدم التجانس : لأنه مزيج من الأذواق و الرغبات ،ولذلك هناك أنواع مختلفة من السياحة.⁽³⁾
- 5- تأثره بالظروف السياسية: فمن أهم خصائص الطلب السياحي تأثره الشديد بالمتغيرات السياسية الخارجية.⁽¹⁾

¹ د.سلوى مرسى، "تخطيط السياحة في جمهورية مصر العربية"، مرجع سابق، ص 66.

² د. عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 18.

³ د.إيهاب عز الدين نديم، مرجع سابق، ص 38.

فالطلب السياحي يتأثر سلبيا بعدم الاستقرار الاقتصادي والحروب والظروف السياسية للدول النامية.

ثانيا : العوامل المحددة للطلب السياحي

يتأثر الطلب السياحي بنوعين من العوامل ،العوامل الموضوعية والعوامل الذاتية :

أ- العوامل الموضوعية :

وتعتبر العوامل الخارجية من أهم العوامل الموضوعية ، والتي تتمثل في العوامل الاقتصادية والعوامل الديمغرافية و الاجتماعية .

1- العوامل الاقتصادية: تتمثل فيما يلي:

- الأسعار:

يتأثر الطلب السياحي بشكل كبير جدا بأسعار الخدمات السياحية ،بحيث تكون العلاقة بينهما عكسية في غالب الأحيان ، كما تلعب الأسعار دورا مهما في اختيار وتحديد الوجهة السياحية ،ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة بالواقع العملي ،فالطلب السياحي العالمي تأثر سلبا بموجة التضخم التي مست مختلف الدول عام 1974 اثر زيادة أسعار النفط الخام .

والجدير بالذكر في هذه النقطة أن سلوك السائح لا يكون دائما عقلانيا ،فبرغم من ارتفاع الأسعار في بعض المناطق السياحية ،إلا انه يقبل التضحية بمبالغ مالية لعدة أسباب منها ،التقليد والرغبة في التميز ،وإظهار الانتماء إلى الطبقة العليا ،أو إذا تعلق الأمر بنفقات استثنائية تخص رحلة لا يقوم بها إلا مرة واحدة في حياته.(2)

¹ د.سلوى مرسى ،المرجع السابق، ص 17.

² Robert lanquar : l'économie du tourisme ,que sais 'édition PUF N° 2065 ,1983 .P 26 .

- الدخل:

تعتبر مسألة توفر الإمكانيات المادية (الدخل) من الشروط الأساسية لتحقيق الظاهرة السياحية فالعلاقة بين الدخل والطلب السياحي هي علاقة طردية كونه يعكس القدرة الشرائية للسائح. كذلك طريقة توزيع الدخل بين أفراد المجتمع لها دور كبير في التأثير على الطلب السياحي، فكلما تحققت عدالة في التوزيع كلما زاد الطلب السياحي، وتمكنت جميع شرائح المجتمع من المساهمة بالفعاليات السياحية، في حين يعني سوء التوزيع اقتصار الطلب السياحي على الطبقة الغنية فقط والتي تستحوذ على غالبية الدخل مما يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي .

- سعر الصرف

هذا العامل يؤثر على السياحة الخارجية فقط ، إذ أن السائح يمارس عملية الإنفاق السياحي داخل القطر بالعملة الوطنية المتداولة ، أما بالنسبة لسياحة الخارجية ، فالمطلوب من السائح أن يستبدل عملته الوطنية بعملة البلد المزار أو بعملة عالمية مقبولة من قبل البلد المزار ، وهذا يعني أن عملية الصرف سوف تؤثر على القدرة الشرائية للسائح ، ومن ثمة تأثر على الطلب السياحي، فكلما انخفض سعر الصرف بالنسبة للبلدان المستضيفة للسواح زادت القوة الشرائية للسواح الوافدين ، وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها.⁽¹⁾

وقد يكون سعر صرف العملة الوطنية عملية مخطط لها ومقصودة بهدف رفع مستوى الطلب السياحي وتنشيط دور السياحة في دعم ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، وقد يكون هذا الإجراء بهدف منافسة البلدان السياحية المجاورة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.

2- العوامل الديمغرافية والاجتماعية

¹ Robert Ianquar Ibid Op cit .P 32 .

- حجم السكان

إن عدد السواح يعتمد على عدد السكان والعلاقة تكون طردية، فكلما ازداد حجم السكان كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، إلا أن هذه القاعدة قد لا تنطبق على بعض البلدان ذات الكثافة السكانية العالية، كالهند مثلاً الذي يتميز بانخفاض الطلب السياحي، ويرجع ذلك إلى التأثير الكبير للعوامل الأخرى ويأتي في مقدمتها عامل الدخل وانخفاض المستوى المعيشي للسكان بهذا البلد .

- الخصائص الاجتماعية للسكان

ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي، فهناك أيضاً مواصفات سكانية أخرى تلعب دوراً في تحديد الطلب السياحي ومنها:

❖ الجنس:

إن البيانات الخاصة بجنس الفرد تدخل ضمن كل الدراسات المتعلقة بالسلوك تقريباً، واختلافات الجنس لها أهميتها بالنسبة لكثير من أشكال السلوك الاجتماعي والاقتصادي، وينطبق هذا أيضاً على الأوجه المختلفة للسياحة، حيث اتضح أن إقبال الذكور على الطلب السياحي أكبر من إقبال الإناث وبالتالي كلما كانت نسبة الذكور في المجتمع أعلى من نسبة الإناث كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الذكور أكثر حيوية ونشاطاً وحبا للاطلاع والتغيير والتجديد أما الإناث فهي تميل أكثر إلى الاستقرار والاهتمام بالبيت والأسرة، بالإضافة إلى أن في الكثير من المجتمعات لا يزال هناك تقييد كبير لحرية المرأة.⁽¹⁾

❖ العمر:

¹ فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، ط 1، دار المستقبل، عمان، 2001، ص 68.

يوجد اختلاف كبير في السلوك السياحي للمجموعات العمرية المختلفة ، وبشكل عام يمكن

التمييز بين خمسة أقسام من هذه الفئات في السوق السياحة وهي :

- الفئة الأولى (من 1 إلى 14 سنة) : وتشمل الأطفال، وتعتمد هذه الفئة في سلوكها السياحي بدرجة كبيرة على قرارات الوالدين وغيرهما من البالغين، كما يشكل الأطفال مجموعة خاصة في ضوء أسعار السواح ، وان الكثير من التسهيلات كالنقل والسكن وخدمات التسلية والترفيه توفر لهم بأسعار خاصة .
- الفئة الثانية (من 15 إلى 24 سنة) : و هي سوق الشباب الذين لديهم مصادرهم الخاصة التي تكون محدودة عادة وأصبحوا يسافرون بدون عائلاتهم، كما يكون السلوك السياحي لهذه الفئة ذا طبيعة استكشافية كبيرة .
- الفئة الثالثة (من 25 إلى 44 سنة) : الشباب نسبيا هم أشخاص ناشطون وفعالون اقتصاديا يسافرون على الأكثر مع عائلاتهم، ويتأثر سلوكهم السياحي تأثرا جوهريا باحتياجات واهتمامات أطفالهم .
- الفئة الرابعة (من 45 إلى 64 سنة) : متوسطو الأعمار، سلوكهم السياحي لم يعد يتأثر بصفة كبيرة باحتياجات واهتمامات أطفالهم .
- الفئة الخامسة : 65 سنة فما فوق : على الرغم من وجود الكثير من أوقات الفراغ لديهم لان مساهمتهم في السياحة تكون ضئيلة في غالب الأحيان.⁽¹⁾

❖ المهنة :

يكون الاختلاف في السلوك السياحي للأشخاص بناء على المهنة التي يمارسونها، ويعزي ذلك

إلى حقيقة هامة وهي توفر الوقت والميزانية، فهناك بعض المهن التي تتطلب كثرة السفر مثل

¹ فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق ، ص85.

الرياضيين المحترفين، ورجال الأعمال، كما توجد مهن توفر لأصحابها دخلا وفيرا يؤهلها للقيام بالرحلات السياحية.⁽¹⁾

— الحالة الاجتماعية :

يتغير السلوك السياحي للفرد كلما زادت مسؤولياته والتزاماته العائلية الناتجة أساسا عن الزواج وزيادة عدد الأطفال، مما يؤدي إلى تغير طلبه على البرامج السياحية .

— وقت الفراغ :

لقد كان لظهور العطل المدفوعة الأجر، وتخفيض ساعات العمل وسن التقاعد اثر كبير بزيادة الطلب السياحي، وظهور أنواع مختلفة من السياحة، وهو ما يؤكد على العلاقة الطردية بين أوقات الفراغ والطلب السياحي.

وقد اتجهت التشريعات والأنظمة والقوانين إلى تنظيم وتحديد ساعات العمل اليومية و الأسبوعية ومقدار العطل الشهرية والسنوية، وعموما يتراوح مقدار العطل السنوية الممنوحة في العام في حدود الثلاثين يوما في المتوسط. كما تسعى المجتمعات في الوقت الحالي إلى تقليص ساعات العمل وتوفير فراغ أطول للعاملين، وذلك وعيا منها لأهمية أوقات الفراغ في زيادة الإنتاجية، نظرا لما توفره من راحة جسدية ونفسية للعامل، ورفع روحه المعنوية وتجديد طاقته وقدرته على العمل. ومما يساعد في ذلك التطور التكنولوجي وإمكانية إحلال الآلة محل عنصر العمل، مما يولد وقت فراغ كافي للقوى العاملة .

— الوسائل التسويقية:

¹ سلوى مرسى ، مرجع سابق، ص: 68.

يعرف التسويق السياحي على انه مجموعة الطرق والتقنيات المتبعة في منظمة ما، وهو عملية بحث وتحليل تهدف إلى إشباع حاجات السواح في أحسن الظروف الاجتماعية والنفسية، وكذلك حاجات السكان بالبلد المضيف، وتحقيق أرباح مالية في المنظمات السياحية.⁽¹⁾

كما يمكن تعريف التسويق السياحي على انه : عملية يتم من خلالها إشباع الطلب السياحي وذلك عن طريق ابتكار منتج أو خدمة، توزيعه، تحديد قيمة التبادل، الاتصال بين المؤسسة وسوقها، كذلك من أجل تحقيق أكبر فائدة للمستهلك.

وقد حددت المنظمة العالمية لسياحة ثلاثة وظائف للتسويق السياحي وهي:⁽²⁾

❖ وظيفة الاتصال : المتمثلة في جلب الزبائن الذين لهم القدرة على الدفع و إقناعهم بأن الخدمات تلائم رغباتهم وذلك بتقنيات مختلفة ؛

❖ وظيفة التنمية: يقصد بها تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة والتي قد تسمح بإعطاء إمكانيات البيع.

❖ وظيفة المراقبة: وهي عبارة عن تحليل استعمال تقنيات مختلفة، والبحث عن نتائج لمختلف

نشاطات الترقية والفحص، وان كانت هذه النتائج تبين الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتاحة؛

ومن التعاريف السابقة، يتضح أن مهمة المسوق السياحي هي تحفيز الطلب السياحي، والتأثير فيه من أجل تحويل الطلب السياحي المحتمل إلى طلب سياحي حقيقي، ويبقى هدف مشاريع القطاع السياحي الخاص هو الهدف المادي أو الربح .

ويمكن أن يؤثر التسويق السياحي في الطلب السياحي من خلال :

¹ د.سلوى مرسى ، مرجع سابق، ص 72.

¹ كريم قاسم ،ترقية السياحة في الجزائر ، حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير ،المدرسة العليا للتجارة ، الجزائر 1998، ص 56

- ❖ العمل على زيادة أعداد السواح أي التركيز على رفع مستوى الجانب الكمي السياحي ؛
- ❖ إغراء السواح على البقاء فترة أطول في الأماكن السياحية والعمل على تحفيزهم لزيادة فترة الرحلة ككل ؛
- ❖ ويسعى المسوق إلى تشجيع السواح الوافدين إلى المنطقة على زيارة العديد من المناطق السياحية من خلال برامج سياحية مخصصة لهذا الغرض ؛
- ❖ يتميز الطلب السياحي بالموسمية، وبالتالي يكون دور المسوق السياحي هو رفع مستوى الطلب السياحي في مواسم الكساد، من خلال فعاليات وبرامج متعددة تتضمن ابتكار أنماط سياحية جديدة، تخفيض الأسعار والعديد من التسهيلات السياحية الأخرى.

– الوضع السياسي والأمني:

إن النزاعات الدولية والاختلالات الداخلية والمشاكل السياسية في البلدان، تؤثر بشكل كبير على الطلب السياحي، وغالبا ما يرافق الظروف الراهنة وحالات عدم الاستقرار انخفاض في الدخل والمستوى المعيشي، بما يؤدي إلى تركيز الطلب على السلع الضرورية فقط وقلة الطلب على السلع الكمالية ومنها الطلب على السياحة، كما أن السائح يبحث عن السعادة والأمان ويتجنب المشاكل والمخاطر، وبذلك فهو يتجنب السفر إلى أماكن تفتقر إلى الاستقرار والأمان .

ب- العوامل الذاتية :

وهي عبارة عن المؤثرات الداخلية للفرد والتي تؤثر على الطلب السياحي، تأتي في مقدمتها الحاجة إلى السفر والسياحة، وتوجد العديد من النظريات التي اهتمت بدراسة حاجيات الإنسان من أشهرها نظرية ماسلو، إذ وضع خمس درجات للحاجة وهي كالآتي:⁽¹⁾

- حاجات فيزيولوجية، كالحاجة إلى الطعام والشراب والسكن.
 - الحاجة إلى الأمان، وتشمل الحماية، الاطمئنان، الأمن... الخ.
 - حاجات اجتماعية، كمحبة الغير، الانتماء إلى جماعة معينة، الرغبة في العيش بطريقة معينة.
 - حاجات اعتبارية ويدخل في ذلك: كرامة الإنسان، النجاح، الاعتزاز بالنفس... الخ.
 - حاجات إشباع الذات ، والتي تركز أساسا في الرغبة في تحقيق المقاصد الشخصية .
- ومن دون شك فإن الحاجات الفيزيولوجية والتي لا يمكن الاستغناء عنها إطلاقا تحتل الأولوية في سلم الحاجات، لكن الحاجات الأخرى تتباين من مجتمع لآخر، فمتى تم إشباع الحاجات الضرورية وحاجات الأمان، فإن الفرد سيحاول وبمعدلات متفاوتة إشباع الحاجات الأخرى منها الحاجة إلى السفر لغايات الاستجمام أو غيرها من الأنشطة السياحية.

أما في الحياة العملية ارتبط تحليل الحاجات الإنسانية بالمنفعة التي يتحصل عليها الفرد من المنتج أو الخدمة لإشباع حاجاته، وقد قام باحثي التسويق بإعداد قائمة لاحتياجات الأفراد وفقا للثنائية

(احتياجات / منافع) كما يلي:⁽²⁾

1- حاجات اقتصادية:

¹ كريم قاسم ، مرجع سابق، ص 59.

² Robert Lanquar : sociologie du tourisme et des voyages , que sais –édition PUF , N°2213, 1985 , p 30 .

هي الحاجة إلى ادخار الأموال والتي يمكن أن تشبع عن طريق التوفير أو الاعتدال في النفقات، الحاجة إلى اقتصاد الوقت والجهد والتي تتحقق عن طريق وسائل الراحة والترفيه وأخيرا الحاجة إلى إرضاء الأذواق المختلفة للمستهلكين.

2 – الحاجة إلى تحقيق الذات:

وهي تشبع عن طريق المغامرات التي توفر عدة مزايا للفرد، مثل التجديد، التنوع، الاستقلالية، البهجة... الخ، وأيضا عن طريق المحافظة على الذات والتي تتحقق من خلال الحفاظ على العادات، الأمن، الاستقرار، الاستمرارية... الخ.

3 – الحاجة إلى الشعور بالانتماء:

وهي تشبع عن طريق العلاقات المختلفة كالصداقة، التجمعات، وأيضا الحاجة إلى الشعور بعدم الانتماء، والتي تتحقق عن طريق الانفراد، القدرة على جلب الانتباه، التميز... الخ .

4 – الحاجة إلى التفاخر والتباهي:

وهي تمثل الحاجة إلى عرض أشياء ملموسة، وهي تشبع عن طريق النجاح، النفوذ، القوة والصرامة، ومن جهة أخرى الحاجة إلى عرض أشياء غير ملموسة تترجم عن طريق السمعة، الكرامة، الكبرياء، التواضع... الخ .

وعموما، فقد اتفقت آراء الكثير من الباحثين على تقسيم دوافع السفر والسياحة إلى أربع مجموعات وهي على النحو التالي:⁽¹⁾

❖ دوافع طبيعية:

¹ Gerard Toquer ,Michel Zinp :Op cit , p 77 .

وهي الدوافع المرتبطة بالإنسان نفسه، أي الرغبة في الحصول على الراحة البدنية والاستجمام والاستشفاء وغير ذلك من الدوافع المتصلة بجسم الإنسان .

❖ دوافع ثقافية:

وتتحدد هذه الدوافع في الرغبة في التعرف على بلاد أخرى من حيث فنونها وثقافتها وتاريخها وحضارتها والاستمتاع بتراثها الأدبي والفني .

❖ دوافع إقامة علاقات مع الآخرين:

لها علاقة برغبة الإنسان في زيادة الأصدقاء والأقارب، والتعرف على أشخاص جدد، والخروج من الروتين .

❖ دوافع شخصية:

ترتبط برغبة الفرد الذاتية سعياً وراء الوصول إلى الشهرة، وجلب الاهتمام وتنمية الشخصية... الخ

ثالثاً: أنواع الطلب السياحي

يمكن التمييز بين الأنواع التالية من الطلب على الخدمات السياحية⁽¹⁾:

أ - الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي)

وهو الطلب الذي تحقق بالفعل، بمعنى آخر يمثل هذا الطلب إجمالي التعاقدات التي تمت فعلاً على البرامج السياحية من جانب السواح خلال فترة زمنية معينة .

ب - الطلب السياحي المستقبلي

وهو يأخذ بعين الاعتبار الطلب الفعلي، إضافة إلى الطلب المؤجل والطلب المحتمل:

¹ Jean Stafford :Micro -économie du tourisme , édition presse de l'université du Québec, 1996 ,page 6 .

² يسري عيس ، السلوك الاستهلاكي للسائح ، طبعة 01 ، الإسكندرية ، 2002 ، ص44.

- الطلب السياحي المؤجل : ويأخذ بعين الاعتبار العراقيل الآنية التي يمكن أن تشكل عائقا للاستهلاك السياحي ، كالمرض مثلا الذي يؤدي إلى تأجيل القيام بالرحلة السياحية .
- الطلب السياحي المحتمل (الكائن) : وهو يشمل الأشخاص الذين تتوفر فيهم العناصر الأساسية للسفر وهي: (2)

- القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية؛
- الرغبة في القيام برحلة سياحية ؛
- توفر الظروف المناسبة والمحفزة للطلب على الخدمة السياحية ؛

ج- أنواع أخرى للطلب السياحي

كذلك يمكن التفرقة بين أنواع أخرى من الطلب السياحي وهي :

1 - الطلب السياحي العام :

ويقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية، بصرف النظر عن النوع أو الوقت أو المدة ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.

2 - الطلب السياحي الخاص:

ويرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين ، ووجهه السائح مشبعا لرغباته ، فتعاقد معه ، ومن هنا فان الطلب على هذا البرنامج يصبح طلبا خاصا بسائح معين أو مجموعة معينة من السواح.

3 - الطلب السياحي المشتق:

وينصرف هذا النوع من الطلب إلى الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي،
مثل الطلب على الشركات النقل السياحي، وكالات السفر والسياحة، المطاعم... الخ .

المطلب الثاني: العرض السياحي

أولاً: ماهية العرض السياحي

أ- تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي على أنه مجموع السلع والخدمات النهائية التي يقترحها القطاع السياحي
على المستهلك بهدف إشباع حاجاته السياحية والمتمثل في العطل، وهنا ينبغي التمييز بين المنتج
الشامل والمتمثل في العطل، والتي تعتبر الهدف السياحي، والمنتجات الفرعية والتي تعبر عن مختلف
المكونات (الإيواء ، النقل ...).⁽¹⁾

وعليه يمكن تعريف المنتج السياحي على أنه:

" مجموع العناصر الملموسة وغير الملموسة والتي تحقق منافع لزبون واحد أو عدة زبائن.⁽²⁾

كما يمكن تعريف المنتج السياحي على أنه:

" مجموعة عناصر تمثل كلا لا يتجزأ، إن الجمع بين عناصر العرض الأصلي وعناصر العرض

المشتق هو الوحيد الذي يسمح بتلبية الحاجات السياحية.⁽³⁾

وتدخل في هذه المجموعة العناصر الأساسية التالية والتي تمثل مركبات المنتج السياحي وهي :

- قدرات الإيواء و الإطعام؛

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص52

² Jean Stafford : Op cit ،p 44 .

³ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي ، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية ، الدورة 16 نوفمبر 2000، ص32.

- النشاطات الثقافية؛
- النشاطات المتعلقة بالصناعة التقليدية ؛
- حماية الأشخاص والممتلكات؛
- تسهيل الإجراءات الإدارية ؛
- نوعية الخدمات العقارية والتجارية؛
- العلاقة بين السعر ونوعية المنتجات والخدمات ؛
- الظرف الاقتصادي والسياسي للبلاد ؛
- مستوى النظافة الصحية ونوعية الخدمات؛

يتكون العرض السياحي من مجموعة متكاملة من مصادر الجذب السياحي متمثلة في الأتي:

1-العوامل الطبيعية والتي يصعب التحكم فيها أو تغييرها تبعا لتغيرات الأذواق و متطلبات

الطلب السياحي و المتمثلة في العوامل المناخية و الجغرافية و البيئية.

2-العوامل التاريخية و الحضارية و الدينية من أثار قديمة و حديثة سواء فرعونية أو إسلامية أو

قبطية.

3-العوامل الثقافية المتمثلة في إقامة المؤتمرات والندوات والاحتفالات في مختلف المجالات

الثقافية و العلمية من طب و قانون و فنون و غير ذلك.

ولذلك فان عناصر الجذب السياحي السابقة لابد من تدعيم الدولة لها بإنشاء بنية أساسية كاملة

ومتطورة في نوعين أساسيين هما:⁽¹⁾

- بنية أساسية عامة و هي اللازمة للمجتمع ككل من طرق و مياه و كهرباء.

¹ سلوى مرسى، مرجع سابق، ص 22.

- بنية أساسية خاصة بالسياحة مرتبطة بأماكن إقامة السائحين كالفنادق و القرى السياحية و البيوت و المعسكرات و كذلك وجود منشآت لخدمتهم من مكاتب سياحية و أماكن لتأجير السيارات و مستشفيات...الخ.

و يتم تنظيم وتكامل العرض السياحي من خلال فئات أربعة فئات هي ⁽¹⁾:

1- وكلاء السياحة و الرحلات.

2- متعهدو النقل: ويقصد بهم مؤسسات النقل البري (السكك الحديدية و السيارات) و النقل

البحري و النقل الجوي و له أهمية كبيرة عندما يقصد به الانتقال إلى منطقة سياحية في بلد

آخر غير البلد المصدر للسياح إذ يسمح بزيادة فترة الإقامة السياحية .

ومن المحتمل أن يكون متعهدو النقل السياحي منتجين في آن واحد أو تكون لهم مكاتب سياحية خاصة

3- قطاع الإيواء متضمنا الفنادق والقرى السياحية وأراضي المخيمات والشقق المفروشة

وبيوت الشباب.

4- قطاع الخدمات غير الفندقية من مطاعم و مقاهي غير الفندقية و الملاهي الليلية و المتاجر

والمحلات لبيع العاديات السياحية...الخ.

ب- خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي أو المنتج السياحي بمجموعة من الخصائص وهي: ⁽²⁾

1- عرض غير ملموس

² صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص55.

² اسعد حماد أبو رمان ، التسويق السياحي والفندقي ، المفاهيم و الأسس العلمية ، دار حامد ، الأردن ، ط1 ، 2000 ، ص5.

تعد اللاملموسية الخاصية الأساسية والرئيسية التي تميز وتفرق الخدمات عن السلع ، كما أن السمات الأخرى للخدمات تنشأ جميعها من خاصية اللاملموسية ، والمتمثلة في عدم القدرة أو القابلية بشكل فعلي على التخمين والتقييم من خلال استخدام الحواس الخمس ، حيث أن العديد من الخدمات يتم اختيارها على أساس السمعة والتجربة .

2- العرض السياحي سريع التلاشي

المعلوم أن المنفعة للعديد من الخدمات السياحية لها حياة قصيرة ، وإن معظم الخدمات تظهر وتزول خلال فترة معينة يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى، فالنشاط السياحي يتميز بارتباطه بالزمن وعدم إمكانية تخزينه، وعليه فإن صاحب الفندق قد يخسر الكثير يوميا عند عدم ورود النزلاء إلى غرف أعدت لهم، والطائرة المسافرة بأقل من العدد المخصص تمثل خسائر لخدمات لا يمكن استردادها، وهكذا فإن الخدمات السياحية سريعة الزوال وتواجه مشكلة كبيرة في تلاشيها خلال فترة زمنية معينة.

هذه الحقيقة ذات أهمية كبيرة في مجال التسويق وبشكل خاص عند تحديد الأسعار، إذ أن الحجز الكبير على غرف الفنادق مثلا، غالبا ما يتم بعد السادسة مساء.

3- عدم خضوع العرض السياحي للقياس

وهي مشكلة كبيرة تجابه الخدمات ، فالعديد من الشركات تقدم خدمات السياحة، وتعتقد ان ما تقدمه هو الأحسن والأنسب، إلا أن تقييم جودة هذه الخدمات يعد من الأمور الصعبة، فالعميل قد يعتبر خدمة فندق ما أحسن من الأخرى لمعايير قد لا يأبه لها عميل آخر، وحتى العميل نفسه قد

يصعب عليه الحكم على خدمة ما إلا بعد التجربة من جهة، ومقارنة هذه الخدمة مع خدمة أخرى مماثلة.⁽¹⁾

4- العرض السياحي مزيج مركب

حيث يتصف القطاع السياحي بأنه نشاط مركب، أي أن هناك أكثر من جهة قائمة على خدمة السواح كشركات النقل، الإيواء، الإطعام... الخ، وكل منها يقدم خدمة مستقلة عن الأخرى.

5- الاعتماد الكبير على عنصر العمل

يعتمد العرض السياحي بدرجة كبيرة على عنصر العمل، وينسب تفوق عرض الأنشطة الأخرى الزراعية والصناعية، حيث يمتاز النشاط السياحي بصعوبة إحلال الآلة محل عنصر العمل، وبالتالي فإن تنمية العرض السياحي يعني بالضرورة زيادة استخدام القوى العاملة.⁽²⁾

6- العرض السياحي غير مرن

ويعود ذلك لمجموعة من العوامل منها:

- عامل الوقت

وهو الوقت اللازم لإجراء التغيير على الطاقة الإنتاجية استجابة للتغيرات في الأسعار و كلما طال الوقت اللازم للتغيير كلما أصبح العرض غير مرن، ويكون التغيير في الطاقة الاستيعابية في النشاط السياحي عن طريق بناء المزيد من المنشآت السياحية وهذا يتطلب وقتا طويلا فيكون العرض السياحي غير مرن .

¹ اسعد حماد أبو رمان ، المرجع السابق ، ص112

² سعيد محمد المصري ، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية ، المفاهيم والاستراتيجيات – الدار الجامعية ، مصر 2002، ص61-62

- كثافة رأس المال

فعملية إجراء التغيير على رأس المال الثابت عملية صعبة ومعقدة وتحتاج إلى تكاليف عالية وجهود كبيرة ووقت طويل، لذلك نجد أن العرض السياحي غير مرن لأنه يعتمد بكثافة على رأس المال الثابت.

- العامل الطبيعي

كلما كان العرض يعتمد على العامل الطبيعي، فهذا يعني أن المنتج يكون محكوما بهذا العامل ويفقد السيطرة التامة على العرض فيصبح العرض السياحي غير مرن فالعامل الطبيعي يشكل علامة بارزة في العرض السياحي وبالذات المناخ الذي يحتم على المنتج أن يقدم عرضه فقط ضمن موسم الذروة السياحي لتوفر المناخ السياحي الملائم ويعجز عن تقديم عرضه في بقية المواسم الأخرى.⁽¹⁾

- عدم القابلية عن النقل

إذا كان بالإمكان نقل السلعة من سوق لآخر، فإن هذه الميزة سوف تعين المنتج على التحكم بكمية العرض حسب الأسعار السائدة في السوق، فيعتمد على زيادة الكميات المعروضة منها في الأسواق المرتفعة السعر، ويقلص عرضها في الأسواق المنخفضة السعر، مما يؤدي إلى زيادة مرونة العرض على تلك السلعة، إلا أن العرض السياحي يمتاز بعدم إمكانية نقله، فالمستهلك هو الذي ينتقل إلى الموقع السياحي من أجل الحصول على المنتج ، وبذلك يكون العرض السياحي عرضا غير مرن.

ثانيا: تصنيف العرض السياحي

¹ سعيد محمد المصري ، مرجع سابق، ص65

يمكن تقسيم العرض السياحي إلى ثلاث مجموعات رئيسية وهي:⁽¹⁾

- عناصر الجذب، وهي تنقسم إلى عناصر جذب طبيعية، وعناصر جذب من صنع الإنسان.
- أماكن الإقامة بمختلف درجاتها ومستوياتها، كالفنادق والقرى السياحية... الخ.
- الخدمات المساعدة: هي الخدمات الإضافية التي يحتاجها السائح وتنشأ مع رغبته في السياحة وتستمر أثناء التجربة السياحية وتنتهي مع إشباعه لهذه الرغبة، مثل خدمات شركات السياحة، وخدمات مراكز التسوق،... الخ.

بالإضافة إلى هذه المجموعات الثلاثة، توجد خدمات البنية الأساسية التقليدية التي يفترض توافرها بصفة رئيسية.

كما يمكن تقسيم العرض السياحي إلى مجموعتين رئيسيتين وهما:

أ - عناصر الجذب الطبيعية:

وهي مجموعة العناصر الناتجة بفعل الطبيعة، وليست مع صنع الإنسان، وتتضمن جميع الثروات الطبيعية وهي (المناخ، هيكل الأرض، المياه، الغابات، والمحميات الطبيعية، الحيوانات والنباتات... الخ) .

ب - عناصر الجذب التي من صنع الإنسان :وهي تتمثل في العناصر التالية :

1* التاريخ التراث والدين :

مثل الأماكن التاريخية والأثرية، الأماكن التراثية والفنية، الأماكن الدينية المقدسة، العادات والتقاليد الاجتماعية.

2* مشاريع البنية التحتية :

² صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 64

وهي المشاريع التي تشكل أساس الاقتصاد الوطني ومهمتها تجهيز القطاع السياحي بمستلزمات الإنتاج الأساسية وتشمل:⁽¹⁾

- مشاريع بنية تحتية عامة، وتقدم مستلزمات الإنتاج الأساسية لجميع القطاعات، بما في ذلك القطاع السياحي، مثل الكهرباء، الغاز، الوقود، الماء، الطرق، ... الخ .

- مشاريع الاحتياجات الأساسية للحياة العصرية، حيث توفر نوعا من المستلزمات التي أصبحت لا غنى عنها في الحياة المعاصرة كالمصارف، الصيدليات، الشرطة السياحية... الخ .

- مشاريع بنية تحتية متخصصة، أي أنها تخصص خدماتها للقطاع السياحي فقط، مثل مناطق المخيمات، مواقف السيارات، وكلاء السفر والسياحة ... الخ .

3* مشاريع البنية التحتية :

وهي المشاريع التي تقدم خدمات مباشرة للسواح، وتشمل المدن السياحية، مشاريع الإيواء المختلفة (فنادق، مخيمات...) ومشاريع تقديم الطعام والشراب (المطاعم ، الوجبات الخفيفة...الخ)، وسائل النقل المختلفة، وكذلك أماكن اللهو والتسلية الخاصة بالسواح (المسارح، قاعات الرياضة، ...الخ).⁽²⁾

4* مقومات الضيافة :

¹ سعيد محمد المصري ، مرجع سابق ، ص69

² سعيد محمد المصري ، مرجع سابق، ص78-79.

وتتمثل في الوضع الاجتماعي للمنطقة السياحية، إضافة إلى درجة ثقافة الأفراد وحسن الضيافة والمعاملة الجيدة للسائح وعدم استغلاله، ويدخل في هذا العنصر الإطارات والمختصين السياحيين والفندقيين والأيدي العاملة المؤهلة والمدربة التي تعمل على ضيافة السواح .

5* التقدم التكنولوجي والحضاري :

وتعني درجة التقدم والتحضر بالمنطقة السياحية، والذي ينعكس من خلال البيانات الشاهقة والأبراج العالية، فن العمارة، محطات توليد الكهرباء والطاقة، المعرض الاقتصادية، وكل ما يمكنه أن يعكس تقدم البلد وبشكل عامل جذب سياحي.

كما يمكن تصنيف المنتج السياحي حسب المنطقة العالمية للسياحة إلى سبعة عناصر رئيسية وهي:

- التراث الطبيعي : المناظر الطبيعية، الأنهار، الصحاري...الخ؛
- التراث الطاقوي؛
- التراث البشري : المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد...الخ؛
- الجوانب التنظيمية و الإدارية و السياسة ؛
- الجوانب الاجتماعية : البنية الاجتماعية والعرفية، أوقات الفراغ، الإعلام والدعاية...الخ.
- الأنشطة الاقتصادية والمالية؛
- وسائل الخدمات : النقل، الإيواء، المطاعم...الخ.⁽¹⁾

1- سعيد محمد المصري ، مرجع سابق، ص165

خلاصة الفصل الأول :

السياحة هي مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير المكان تغيرا مؤقتا و تلقائيا دون أن يكون ذلك لأسباب تجارية أو مهنية أو حرفية، والسائح هو من يقوم بزيارة مؤقتة بعيدا عن محل الإقامة الدائمة في مدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة، على أن تكون هذه الزيارة لأغراض سياحية بعيدا عن العمل وتحقيق الربح.

وتنقسم السياحة إلى عدة أنواع وفقا لعدة معايير مختلفة، منها معيار الهدف من الرحلة، حيث تنقسم إلى سياحة ترفيهية وسياحة ثقافية وسياحة دينية، سياحة علاجية وسياحة رياضية، سياحة المؤتمرات سياحة المعارض و سياحة المشتريات، وحسب الموقع الجغرافي حيث تنقسم إلى سياحة داخلية وسياحة خارجية وسياحة إقليمية، كما ظهرت أنواع سياحية حديثة منها سياحة الحوافز السياحة البديلة، السياحة الطبيعية، السياحة البيئية

وتتميز السياحة بعدة خصائص تميزها عن بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث تعتبر صادرات غير منظورة، و المنتج السياحي منتج مركب، يتميز بعرض غير مرن، أما الطلب السياحي فيتميز بالموسمية والمرونة السعرية والدخلية المرتفعة، كما تتميز بالحساسية اتجاه العوامل السياسية والاقتصادية المحيطة بالنشاط السياحي.

وقد أصبحت السياحة من أكبر الصناعات وأسرعها نموا في العالم، مما زاد أهميتها الاقتصادية والاجتماعية لما تدره من عملات أجنبية، حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات على مستوى العالم، فضلا عن الأثر المضاعف للإنفاق السياحي، بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعا كثيف العمالة وذو تشابكات قوية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الفصل الثاني:

دور البنوك في دعم وتنشيط السياحة
في الجزائر

تمهيد:

يعتبر القطاع السياحي من أهم روافد التنمية مما يستدعي الأمر وضع خطة وطنية للسياحة مع تبني محفزات لإضعاف الميل للسياحة نحو الخارج بالعمل على إعادة تأهيل القدرات السياحية بما يتطلب القيام بجهود ضخمة لتنمية الصناعة السياحة وتحويلها بالفعل إلى قدرة تنافسية عالمية بالتوسيع في الاستثمارات السياحية ، وهنا يأتي دور البنوك بالإسهام المباشر في تمويل الاستثمارات، ومن ناحية أخرى فإن البنوك تقوم بتقديم خدمات مساندة للخدمات السياحية من خلال تفعيلها لمناطق سياحية من حيث الخدمات المصرفية المتنوعة من سحب وتحويل للعملات وصرف للشيكات السياحية وغيرها من المعاملات التي تسهل في إجراءات ومختلف عمليات السياحة للأفراد، وهنا يكمن الدور الرئيسي للبنوك في تنشيط السياحة.

وسنتطرق من خلال هذا الفصل إلى تبيان دور البنوك في تنشيط السياحة في الجزائر وذلك من

خلال مبحثين:

المبحث الأول: مدخل لتعريف بالبنوك وتطور النظام المصرفي في الجزائر.

المبحث الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي .

المبحث الأول: مدخل لتعريف بالبنوك وتطور النظام المصرفي في الجزائر

المطلب الأول: مفهوم البنوك، نشأتها وتطورها

يمكن أن تختلف تعاريف البنوك تبعاً لمنظور تناولها أو حسب القوانين والأنظمة التي تحكم أعمال البنوك وهذه القوانين تتباين من بلد إلى آخر، كما قد تختلف حسب طبيعة نشاط البنك لهذا توجد صعوبات في تحديد تعريف شامل .

أولاً: تعريف البنك

البنك هو منشأة تنصب عملياتها على تجميع النقود الفائضة عن حاجة الجمهور أو منشأة الدولة والعمال لغرض إقراضها للآخرين وفق أساس معين أو استثمارها في أوراق مالية محددة (1) .

يعتبر البنك منشأة قائمة بذاتها لها وظائفها " إدارية، محاسبية، تسويقية، ... الخ " حيث تعمل على جمع النقود الفائضة أو غير الموظفة أو المكتترة عند أصحاب الفائض المالي من أفراد أو مؤسسات عامة أو خاصة وذلك بفتح حسابات خاصة بهم على مستوى البنك ثم يقوم بتوظيف هاته النقود على شكل قروض مهما كان شكلها ومدتها تمنح لأصحاب العجز المالي ، وذلك وفق شروط معينة تحدد على مستوى العقد الموجود بين البنك والمقترض أو تعمل على توظيف تلك الأموال على شكل استثمارات في أوراق مالية (السندات أو الأسهم) بأنواعها .

يعرف المشرع الجزائري البنك : " شخص معنوي ذو وظيفة معتادة حيث يمارس أساساً عمليات جلب الودائع ومنح القروض وتسيير وسائل التوظيف وبيع القيم المنقولة وكل منتج مالي " (2)

يعتبر المشرع الجزائري البنك شخص معنوي أي المؤسسة أو شركة حيث تقوم بوظيفتها

الاعتيادية التالية:

1- جمع الأموال من الغير بصفتها ودائع مهما كانت مدتها أو شكلها.

¹ شاكر القزويني ، محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2001، ص 25.

² قانون 90- 10 المتعلق بقانون النقد والقرض الصادر في 14/04/1990.

2- منح القروض مهما كانت مدتها أو شكلها.

3- القيام بعمليات الصرف والتجارة الخارجية مع مراعاة التشريع والتنظيم المعمول به في هذا

المجال

4- تسيير وسائل الدفع .

5- توظيف القيم المنقولة وجمع عوائدها والاكتساب بها وشرائها وبيعها .

6- تقديم الإرشادات والمساعدات وجميع الخدمات الكفيلة بتسهيل نشاط زبائن هاته البنوك وذلك

مقابل اجر وعمولة .

و من خلال التعريفين السابقين يمكن استخلاص تعريف شامل للبنك :

البنك شخص معنوي يقبل الودائع من الأفراد والهيئات تحت الطلب أو لأجل ،ثم يقوم بمنحها

لطالبيها في شكل قروض أو سلفات ، كما يقوم بتقديم خدمات لزبائنه مقابل اجر أو عمولة .

بالتالي يمكن القول بصفة عامة أن " البنوك هي منشأة أو مؤسسة للخدمات المالية يلتقي فيها

أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي. "

ثانيا : نشأة البنوك وتطورها

كان يقصد بكلمة البنك في البدء المصطبة التي يجلس عليها الصارفون لتحويل العملة ثم تطور

المعنى فيما بعد لكي يقصد بالكلمة المنضدة التي يتم فوقها مد وتبادل العملات ثم أصبحت في النهاية

تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتشتري المتاجر بالنقود⁽¹⁾

فأصل كلمة مصرف مأخوذة من الصرف " بيع النقد بالنقد " ويقصد بها المكان الذي يتم فيه

الصرف.وبالتالي تبين الدلالات اللفظية السابقة أن البنوك انطلقت في الماضي بوظيفتين أساسيتين هما:

¹ شاكر القزويني ، مرجع سابق، ص 24.

- حفظ الأموال وتحمل مخاطر نقلها من مكان إلى آخر .

- إجراء التعاملات المالية وتتضمن القيام بأعمال الوساطة بين المودعين والمقترضين⁽¹⁾.

ولكن البدايات الأولى للعمليات المصرفية ترتقي إلى عهد (بابل العراق القديم) من الألف الرابع قبل الميلاد، أما الإغريق فقد عرفوا بعد ذلك بدايات العمليات التي تزاولها البنوك المعاصرة لتبادل العملات وحفظ الودائع ومنح القروض، أما فكرة الإيجار بالنقود فقط بدأت في العصور الوسطى بفكرة الصراف الذي يكتسب دخله من مبادلة العملات سواء كانت أجنبية أو محلية⁽²⁾ .

أما تاريخ نشأة البنوك الحديثة فبدأ من منتصف القرن الثاني عشر للميلاد حيث تأسس أول بنك في مدينة البندقية عام 1157م وبعد ذلك بنك برشلونة في 1401م، ثم بنك رياتو عام 1587م بمدينة البندقية، ثم بنك أمستردام عام 1609م ويعتبر هذا الأخير النموذج الذي اتخذته معظم البنوك الأوروبية بعد ذلك مع مراعاة ما أهله اختلافات الظروف بين دولة وأخرى وهذا البنك هو أول من اصدر الأوراق البنكوت أما البنوك الأخرى التي تأسست بعد بنك أمستردام هو بنك هامبورغ بألمانيا 1816م وبنك إنجلترا عام 1694م وبنك فرنسا الذي أسسه نابليون عام 1800م ثم انتشرت البنوك بعد ذلك في أمريكا وغيرها من بلدان العالم .

ومجمل القول: إن الظهور الحقيقي بالمفهوم الحديث للبنوك كان على يد الصياغة والسيارفة الذين كانوا يقبلون إيداع النقود لديهم مقابل إيصالات إيداع تلقت قبولاً في التداول وفاء للالتزامات المطلوبة من حامليها والتي تطورت فيما بعد إلى ما يسمى بالشيكات ، ثم اخذ هؤلاء الصياغة والسيارفة يتقاضون عمولة من المودعين لقاء الحفظ الأمين ، كما اخذوا يتصرفون في جزء من الودائع لديهم بالاقتراض مقابل فائدة يتقاضونها بعد أن لاحظوا انه لا يتم سحب الودائع كلياً ويترتب

¹ طارق طه ، البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، الإسكندرية ، 2000، ص 12.

² شاكر القزويني ، مرجع سابق ص25.

عن ذلك بدأ الصورة الحقيقية لأعمال البنوك وهكذا انشأت البنوك بفعل الحاجة إلى تسهيل المعاملات على أساس الأجل والثقة.⁽¹⁾

ومن خلال تاريخ نشأة البنوك نلاحظ أنها ورثت فعاليات التاجر والصائغ اللذان يقبلان الودائع والصبر في الذي يبادل العملات.

المطلب الثاني : أنواع البنوك

يمكن تقسيم البنوك بشكل عام إلى خمس أنواع رئيسية :

أولا : البنوك التجارية

تسمى كذلك ببنوك الائتمان أو بنوك الودائع وتتمثل عملياتها إقراض الأموال للغير، في الغالب قصيرة الأجل ومعظمها تخدم قطاع التجارة، وهي تعتمد أساسا على ودائع المودعين .

ثانيا : بنوك الاستثمار

وتسمى أيضا بنوك الائتمان المتوسط والطويل الأجل، وعملياتها موجهة لمن يسعى لتكوين أو تجديد رأس المال الثابت، لذا فهي تحتاج لأموال غير قابلة للطلب متى شاء المودع، أي أنها تعتمد في إقراضها للغير على رأس مالها بالدرجة الأولى وعلى الودائع لأجل وعلى الإقراض من الغير لفترة محددة بتاريخ محدد أي السندات، وهي تشبه تماما الودائع لأجل من حيث النتيجة إلا أن الفرق هو أن البنك هنا هو الذي يسعى للاقتراض وجلب الوديعة تحت إغراء منح فائدة في حين أن الوديعة لأجل يأتي بها المودع من تلقاء نفسه طمعا في الفائدة والرغبة منه في توظيف ماله، كما تعتمد تلك البنوك أيضا على المنح الحكومية، وكل تلك الموارد التي تقدم ذكرها يجمعها جامع يتمثل في كونها غير مستحقة الطلب إلا بعد تواريخ معروفة مقدما .

¹ شاكور القزويني ، مرجع سابق ص 32.

ثالثا : منشأة الادخار أو التوفير

وهي تختص بتجميع مدخرات الأفراد التي تكون في الغالب مستحقة عند الطلب وتأخذ شكل دفتر ادخار وقد تكون تلك المدخرات بأجل (أي مرتبط سحبها بتاريخ) وعندئذ تأخذ شكل اذونات أو سندات ، و تفعل منشآت الادخار بكل تلك الودائع تعيد تشغيلها بالإقراض لأجل مختلفة .

رابعا : بنوك أعمال

وهي بنوك ذات طبيعة خاصة وتقتصر عملياتها على المساهمة في تمويل وإدارة المنشآت الأخرى عن طريق إقراضها أو الاشتراك في رأسمالها أو الاستحواذ عليها فهي تعمل في سوق رأس المال ويتحكم في هذه البنوك البنك المركزي.

خامسا :البنك المركزي

البنك المركزي يقف على قمة النظام المصرفي سواء من ناحية الإصدار النقدي أو من ناحية العمليات المصرفية، وهو الأداة الرئيسية التي تتدخل بها الحكومة لتنفيذ سياستها الاقتصادية . ويتميز البنك المركزي بالميزات الثلاث الرئيسية التالية، والتي تمثل في نفس الوقت وظائفه الأساسية وهي:⁽¹⁾

أ- **بنك الإصدار:** فهو البنك الذي ينفرد بحق إصدار النقود الورقية "البنكوت" كما له الحق وحده بإصدار النقود المساعدة "المعدنية"،ويقوم البنك بوضع خطة الإصدار وحجم النقد المتداول ويشرف على تنفيذ الخطة ،وهو المسؤول عن تغطية العملة الورقية بالذهب والعملات الأجنبية.

ب-بنك البنوك

1- البنوك تحتفظ لديه بأرصدها النقدية الفائضة عن حاجتها من حقوق وديون للبنوك فيما بينها وذلك عن طريق المقايضة .

¹ Hollier :Le marketing touristique ,que sais -je ? édition PUF ,5^{eme} édition 1996 p62

2- تلجا إليه البنوك في حالة احتياجها للسيولة النقدية لإعادة خصم الأوراق التجارية التي سبق أن خصمتها هي .

3- يقوم بمساعدة البنوك بمد يد العون في أوقات الأزمات .

4- هو المقرض الأخير للنظام الائتماني.

ج- بنك الدولة :

1- هو مصرفها ومستشارها المالي وتحفظ لديه بودائعها .

2- يقدم لها ما تحتاجه من قروض مختلفة الآجال .

3- يمسك حسابات الحكومة وتنظم عن طريق مدفوعاتهما .

4- هو المشرف على الاتفاقيات المالية التي تعقدها الحكومة مع الخارج.

5- يتولى خدمة الدين العام .

6- يصدر القروض والسندات والحوالات وينظم تصريفها ويشرف على إطفاء القروض ودفع الفوائد.

7- هو الأداة الرئيسية لتنفيذ سياسة الدولة الاقتصادية وذلك عن طريق التحكم في سعر الفائدة وسعر الخصم واللجوء إلى سياسة السوق المفتوح.⁽¹⁾

المطلب الثالث :تطور النظام البنكي في الجزائر

مر النظام البنكي الجزائري بعدة وضعيات تتمثل فيمايلي :

أولاً: وضعية النظام البنكي الجزائري خلال فترة الهيكلية العضوية

أ- وضعية القطاع البنكي قبل إعادة الهيكلية العضوية

¹ Hollier :Op cie p64

1- قبل مرحلة التأمين:

قبل مباشرة عملية التأمين سنة 1966 شهد النظام البنكي ميلاد مؤسسات مصرفية مثل :

- البنك المصرفي الجزائري (BCA) أسس في 1963/12/13.

- الصندوق الجزائري للتنمية (BAD) أسس في 1963/05/17.

كان إنشاء هذين البنكين يهدف إلى وضع نظام تمويل وطني شبيه بنظام التمويل السوفياتي المتميز

بوجود نظام تمويلي قوي مهيمن وتم تأسيس أيضا :

- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط أسس في 1964/08/10.

وفي هذه السنة شهدت أيضا إصدار عملة وطنية لتدعيم التوجيه الاستثماري في المجال المالي.

2- مرحلة التأمين:

قرار تأمين البنوك الأجنبية بدا في سنة 1966، وذلك نتيجة تهريب البنوك الأجنبية لرؤوس الأموال

ورفضها لتمويل المؤسسات العمومية ونتيجة لهذا التأمين ظهرت عدة بنوك تجارية وهي :

- البنك الوطني الجزائري (BNA)

انشأ في 1968/06/13 بموجب مرسوم رئاسي وبرأس مال جزائري عمومي يقدر بـ: 20مليار دج

وذلك قصد تمويل النشاط الزراعي والتجمعات المهنية للاستيراد (RPI) والمنشآت الصناعية العامة

والخاصة، كما يهدف إلى تنفيذ خطة الدولة في التمويل قصير، متوسط، طويل المدى.⁽¹⁾

- البنك الشعبي الجزائري (CPA)

تأسس بموجب المرسوم الرئاسي الصادر في 1966/12/29 تحت رقم 366/ 66 و كان يقدر

رأسماله عند تأسيسه بـ 15 مليون دج ، وله وحدات جهوية وكل وحدة لها 3 أقسام الأول إداري

والثاني للاستغلال والثالث للرقابة وهو ثاني بنك تجاري بعد (BNA) وهو يقوم بجمع الودائع ومنح

¹ شاكور القزويني ، مرجع سابق ص 32.

القروض الصغيرة ،وابتداء من سنة 1971 اصبح يمنح القروض متوسطة الأجل أيضا، كما يتكفل هذا البنك بتمويل القطاع الحرفي والفنادق والقطاع السياحي وقطاع الصيد والتعاونيات غير الفلاحية والمهن الحرة .

- البنك الجزائري الخارجي (BEA)

تأسس بتاريخ 1967/01/01 برأسمال قدره 20 مليون دج وهو آخر بنك تجاري تم تأسيسه تبعا لقرارات التأمين ،ومن أهم وظائفه جمع الودائع الجارية وتقديم قروض للتجارة الخارجية والشركات التي لها علاقة مع الخارج كشركة سونطراك بالإضافة إلى تقديم معلومات للمصدرين والمستوردين حول حالة السوق الخارجية كما أنه يعطي ضمانات للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهمة التصدير .

ب- النظام البنكي الجزائري خلال فترة إعادة الهيكلة العضوية

وهذا في مطلع الثمانينات (1982-1985)ومفادها تجزئة المؤسسات الإنتاجية والخدمية إلى وحدات صغيرة يمكن التحكم في تسييرها وفقا لمبدأ وظيفي ،وإعادة الهيكلة هذه مست الجهاز البنكي بسبب تغير السياسة الاقتصادية ،ولتجسيد هذه السياسة تم إنشاء: (1)

1- بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

انشأ بتاريخ 13مارس1982وهو ناتج عن إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري (BNA)،وجاء لتحفيز النمو المتوازن للاقتصاد الجزائري .ومن أهم وظائفه جمع الودائع التجارية ولأجل تميل القطاع الفلاحي ،وأنشطة الصناعات الغذائية والأنشطة المختلفة في الريف.

2- بنك التنمية المحلية (BDL)

¹- شاكر القزويني ، مرجع سابق ص 39.

تأسس بتاريخ 30 أفريل 1985 ، وهو بنك منبثق عن إعادة هيكلة القرض الشعبي الجزائري (CPA) ويقوم بجمع الودائع ومنح القروض لصالح الهيئات والجماعات العامة المحلية والغرض من إنشائه هو خلق تنمية جهوية متوازنة .

من خلال دراسة هيكلة الجهاز البنكي لهذه الفترة يمكن القول أن التحديات التي تدخل من حين لآخر على هذا النظام تدل على عدم استقراره ، وهذا ما يتطلب إدخال إصلاح يرجع للجهاز البنكي صلاحياته ووظائفه الأساسية .

ثانيا:وضعية النظام البنكي الجزائري خلال فترة الإصلاح المالي (1986-1990)

إن تعثر النظام الاقتصادي المخطط أدى إلى التفكير في نظام جديد فرضه التغير الجذري في المحيط لاقتصادي الدولي وهو اقتصاد السوق ،ويهدف هذا النظام إلى تبني قوى السوق كقواعد للقرار واليات بالضبط الاقتصادي مع إعطاء أهمية للقطاع الخاص والتخلي عن مبدأ تفضيل القطاع العام . إن هذه الأسس التي يقوم عليها النظام الاقتصادي الجديد انعكست على النظام البنكي أيضا ، وعليه فإن الهدف من الإصلاحات الخاصة بالنظام البنكي هو تكيفه مع التغيرات النظام الاقتصادي .

أ- الإصلاح النقدي لسنة 1986

بدأت مسيرة الإصلاحات المالية والبنكية في الجزائر سنة 1962 لكن يمكن التسليم بأن الخطوة الفعلية في ذلك كانت إصلاحات عام 1971 المالية التي حملت رؤية جديدة لعلاقات التمويل وتحديد طرق التمويل الاستثمارات العمومية المخططة ،وفي عام 1978 تم التراجع عن مبادئ الإصلاحات 1971 حيث تم إلغاء تمويل المؤسسات بواسطة القروض البنكية متوسطة الأجل وحلت الخزينة محل البنوك في تمويل الاستثمارات العمومية المخططة بواسطة قروض طويلة الأجل⁽¹⁾.

¹ عبد اللطيف بلغرسة ، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل أدائها في ظل استراتيجيات الاقتصاد الكلي بالنظر للإصلاحات المصرفية دورة تدريبية حول تمويل مؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطور دورها في اقتصاديات المغاربية ، 25-28 ماي 2003 ، سطيف، ص 4 .

وبموجب القانون رقم 86-12 الصادر في 19 أوت 1986 المتعلق بنظام البنوك والقرض ،تم إدخال إصلاح جذري على الوظيفة البنكية وكان يهدف إلى توحيد الإطار القانوني الذي يسير النشاط الخاص بكل المؤسسات المالية مهما كانت طبيعتها القانونية ، ومن أهم ما نص عليه هذا القانون مايلي :

1- استعادة البنك المركزي لدوره كبنك البنوك .

2- وضع نظام بنكي على مستويين حيث تم الفصل بين البنك المركزي كملجأ أخير

للإقراض وبين نشاط البنوك التجارية .

3- استعادة مؤسسات التمويل دورها داخل نظام التمويل .

4- تقليل دور الخزينة العمومية في نظام التمويل .

5- إنشاء هيئات رقابة على النظام البنكي .

ب-قانون 1988 وتكييف الإصلاح

إن إصلاحات سنة 1986 والظروف الاقتصادية التي تعرضت لها الجزائر (انهيار أسعار البترول وسعر صرف الدولار) دفعت السلطات الجزائرية إلى تطبيق برنامج إصلاحي واسع مس مجموع القطاعات الاقتصادية بما فيها البنوك التجارية ، وهذا بموجب القانون رقم 88/01 الصادر في 12 جانفي 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية ولعل أهم المفاهيم التي جاء بها هذا القانون هي الاستقلالية والربحية و المردودية في البنوك في إطار التنظيم الجديد للاقتصاد والمؤسسات وهذا باعتبار أن البنوك مؤسسات عمومية (1).

وبالتالي أصبحت البنوك تتمتع بكامل استقلاليتها من حيث منحها للقروض ودراساتها للمشاريع ومتابعتها لديونها وتسيير لشؤونها الداخلية ، وهذا ما كان له الأثر على المشروعات الاقتصادية

¹ الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، الطبعة 2 ، 2003 ، ص 194- 195 .

الجزائرية ، ولكن من جهة أخرى يمكن القول أن النظام البنكي قبل إصلاحات 1990 لم يكن له أهمية معتبرة حيث كانت مهمته إدارية بحتة .

ج - إصلاح 1990 (قانون النقد والقرض 90-10)

تفاديا لسلبات المرحلة السابقة ، وتجاوزا لقصور الإصلاحات السابقة وتماشيا مع سياسة الانفتاح على اقتصاد السوق والاندماج في الاقتصاد العالمي جاء قانون النقد والقرض بموجب القانون رقم 90-10 الصادر في 14 أبريل 1990 الذي يعكس أهمية المكانة التي يجب أن يكون عليها النظام البنكي بالإضافة إلى أنه أخذ بأهم أفكار القانونين السابقين (86 و 88) وأهم ما جاءت به هذه الإصلاحات ما يلي :

1- تعديل مهام البنوك حيث انتقل دورها من الرقابة إلى الوساطة .

2- إنشاء هيكل جديدة للرقابة البنكية .

3- إلغاء مبدأ تخصص البنوك لفتح مجال المنافسة بين البنوك .

4- إنشاء السوق النقدي والسوق المالي (بورصة الجزائر) .

5- تقنين العلاقة بين البنك المركزي والخزينة العمومية .

6- تفعيل العلاقة بين البنوك التجارية والمشروعات الاقتصادية .

ومن أهم التعديلات التي جاء بها قانون النقد والقرض هو إنشاء مؤسسات بنكية تابعة للقطاع الخاص أو الأجنبي ، ومن بينها بنك البركة ديسمبر 1990 ، بنك الاتحادى لمساهمة رؤوس الأموال الخاصة الأجنبية والبنك الصناعي والتجاري الجزائري والشركة المتخصصة في منح القروض الطويلة الأجل جوان 1997 ، بنك الخليفة (الذي أفلس مؤخرا) ، بنك المنى سيتي ، بنك القرض الليوني ، الشركة البنكية العربية ، بنك الريان الجزائري ، الشراكة بين القرض الشعبي الجزائري والشركة العامة الفرنسية .

المبحث الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي

تحتاج كل منشأة أو مشروع إلى الأموال من أجل إنشائها و تطويرها وتحصل على هذه الأموال إما بالاعتماد على مصادر التمويل الذاتية أو المصادر العائلية أو باللجوء إلى الاقتراض من البنوك وفيما يلي عرض لمفهوم التمويل ومصادره المختلفة.

المطلب الأول : مفهوم التمويل ومصادره

أولا : مفهوم التمويل

نظرا لما تحتاجه المؤسسة من رؤوس الأموال التي تغطي كل التدفقات النقدية الخارجية، والتي تفوق التدفقات الداخلية، وان الرصيد لا يكفي لتغطية العجز فإن المدير المالي يجد أن التمويل هو الركيزة الأساسية لإنشاء المؤسسة، وبالتالي يمكن تقديم التعاريف التالية :

التمويل لغة هو الإمداد بالمال واصطلاحا هو مجموعة الأعمال والتصرفات التي تمدنا بوسائل الدفع وكلما كان حجم التمويل كبيرا كلما كان العائد أو الربح اكبر .

التعريف الأول : التمويل هو الإمداد برأس المال أو بقرض نقدي للحاجة إليه في تنفيذ الأعمال ويقال انه كافة الأعمال التنفيذية التي يترتب عليها الحصول على النقود واستثمارها في عمليات مختلفة

تساعد على تعظيم القيمة النقدية المتوقع الحصول عليها مستقبلا في ضوء النقدية المتاحة حاليا الاستثمار والعائد المتوقع تحقيقه منه والمخاطر المحيطة به، واتجاهات السوق المالي " (1)

التعريف الثاني : " التمويل هو عملية لتجميع مبالغ مالية وجعلها في حوزة المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة من طرف المساهمين أو المالكين لهذه المؤسسة، وهو ما يسمى بتكوين رأس المال الجماعي ويتجسد هذا الأخير في الميزانية التي تحتوي على جانبين ، الأصول يظهر استخدامات تلك الموارد التي يظهرها الجانب الآخر من الميزانية "

التعريف الثالث : " التمويل هو كل المصادر الضرورية لإنشاء مؤسسة أو شركة وضمان سير نشاطها وكذا توسعها أي كل الموارد التي تجعل الشركة تنتج أكثر في ظروف أحسن مما يجعلها قادرة على تحقيق تدفقات نقدية. (2)

التعريف الرابع : " التمويل هو تدبير الأموال أو الموارد اللازمة للقيام بالنشاط الاقتصادي ، وفي الأصل فإن الإنسان يمول أنشطته الاقتصادية من موارده الذاتية ولكن في أحيان كثيرة لا تكفي الموارد الذاتية لتمويل هذه الأنشطة خاصة في مجال إنشاء المشروعات وتشغيلها ، وهنا يتم اللجوء إلى الغير للحصول على التمويل ولذا فإن معنى الخاص للتمويل يعبر عن تقديم شخص ماله للغير حيث توجد فئة لديها مدخرات تسمى فئة الفائض، وفئة تحتاج إلى مال تعجز مواردها الذاتية عن تدبير كل ما تحتاجه وتسمى فئة العجز المالي. (3)

ثانيا :مصادر التمويل

¹ الحجازي عبيد على احمد ، مصادر التمويل ، دار النهضة العربية ، القاهرة 2001 ، ص 3 - 11.

² توفيق حسن ، الإدارة المالية ، قرارات وسياسات التمويل في المشروع الاقتصادي ، دار النشر سوريا ، الطبعة 1 ، 1989 ، ص 12 .

³ محمد عبد الحليم عمر ، التمويل عن طريق القنوات التمويلية غير الرسمية ، الدورة التدريبية حول تمويل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصادية المغربية ، 25 - 28 ماي 2003 ، سطيف ، ص 3 .

من الأهداف الرئيسية للوظيفة المالية هي التخطيط للمستقبل والذي يستدعى وضع البرامج التشغيلية ثم تحديد مصادر التمويل لتنفيذ البرامج والخطط..

إن تحديد مصادر التمويل التي تعتمد عليها الإدارة المالية في تنفيذ البرامج والخطط يحدد الهيكل المالي للمنظمة ويقصد بالهيكل المالي كل مصادر التمويل طويلة الأجل وهو ما يعرف محاسبيا بالميزانية العامة، والتي تمثل مجموع الالتزامات التي تترتب على المنشأة مقابل الحصول على مجموع الأصول.

وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة التمييز بين الهيكل المالي للمنشأة والذي يعني كل مصادر التمويل وبين هيكل رأس المال والذي يقصد به مصادر تمويل طويلة الأجل فقط (1).

أ- مصادر التمويل الداخلية

1- التمويل عن طريق الأموال الخاصة :

ويرتبط هذا المصدر بشركات المساهمة حيث تقوم هذه الأخيرة بإصدار أسهم من أجل تكوين رأسمالها أو زيادته ، وهناك نوعان من الأسهم ،أسهم عادية وممتازة .

• الأسهم العادية :

يمثل السهم العادي مستند ملكية له قيمة اسمية، قيمة دفترية، وقيمة سوقية تتمثل القيمة الاسمية في القيمة المدونة على قيمة السهم، وعادة ما يكون منصوحا عليها في عقد التأسيس أما القيمة الدفترية فتتمثل في القيمة الاسمية مضاف إليها الاحتياطات والأرباح المحتجزة مقسومة على عدد الأسهم العادية المصدرة، وأخيرا تتمثل القيمة السوقية في القيمة التي يباع بها سهم في السوق رأس المال وقد تكون هذه القيمة أكثر أو أقل من القيمة الدفترية.(2)

¹ خبابة نور الدين ، الإدارة المالية ، بيروت ، دار النهضة ، 1998 ، ص 166.

² منير إبراهيم هندي ، الفكر الحديث في هيكل الشركات ، مركز الدالة للطباعة ، مصر ، 2003 ، ص 13/12 .

ويتمتع حملة الأسهم العادية بصفاتهم ملاك للشركة بمزايا مختلفة وحقوق متعددة يمكننا تلخيصها فيمايلي:

- حق الاشتراك في الأرباح عند توزيعها .
- الحق في حضور الجمعيات العامة والتصويت وفقا لما ينص عليه عقد تأسيس الشركة .
- حق الأولوية في الاكتتاب وشراء الأسهم العادية الجديدة .
- حق الحصول على نصيب من موجودات الشركة عند تصفيتها .
- حق الاطلاع على وثائق الشركة .
- الحق في نقل ملكية الأسهم لأشخاص آخرين

• الأسهم الممتازة

يمثل السهم الممتاز مستند ملكية له قيمة اسمية، وقيمة دفترية، وقيمة سوقية شأنه في ذلك شأن السهم العادي، غير أن القيمة الدفترية تتمثل في قيمة الأسهم الممتازة .

كما تظهر في دفاتر الشركة مقسومة على عدد من الأسهم المصدرة وعلى الرغم من انه ليس للسهم الممتاز تاريخ استحقاق، إلا انه قد ينص على استدعائه في توقيت لاحق، وذلك على نحو مشابه لما سيشار إليه عند تناول السندات (1) .

وتختلف الأسهم الممتازة عن الأسهم العادية من حيث الحقوق والامتيازات لكل منهما، فمعروف مثلا أن أصحاب الأسهم الممتازة ليس لهم حق التصويت في جمعيات ملاك الأسهم وهم لا يشاركون في الأرباح المحققة إلا بنسبة محددة .

وبهذه الصفات فإن الأسهم الممتازة اقرب في شكلها إلى الديون طويلة الأجل بنسبة فائدة ثابتة منها إلى حقوق الملكية لكن يجب الإشارة إلى أن الأسهم تختلف عن القروض نظرا لأنها لا تدفع بالشركة إلى

¹ الحجازي عبيد على احمد ، مصادر التمويل ، دار النهضة العربية ، القاهرة 2001 ، ص 20 ، ص 21.

إشهار إفلاسها في حالات العسر المالي وعجز الشركة على سداد الأرباح الموزعة على حاملي هذه الأسهم .

2- التمويل الذاتي

يعتبر التمويل الذاتي عنصرا مهما من عناصر التقييم التي يستغلها البنك ، والتمويل الذاتي هو عبارة عن مفهوم يبين القدرات الذاتية للمؤسسة على تمويل الاستثمارات التي يقوم بها، ويمكن حساب التمويل الذاتي للمؤسسة بجميع الاهتلاكات السنوية، و المؤونات التي تقوم بها المؤسسة على سبيل الاحتياط والأرباح المحققة سنويا بعد أن تطرح منها الضرائب و الأرباح الموزعة .

وإذا كان التمويل الذاتي في الحقيقة يبين قدرة المؤسسة على تمويل الاستثمارات بالاستغناء عن اللجوء إلى القروض البنكية فإن هذا المفهوم يهم البنك كثيرا عند الإقدام على هذا النوع من التمويل، باعتبار أن قدرة المؤسسة على تسديد هذا القرض عند حلول آجال الاستحقاق إنما يعتمد إلى حد كبير أو بعيد على قدرتها على تحقيق أرباح بالمفهوم الواسع.⁽¹⁾

ب-مصادر التمويل الخارجية

1- مصادر تمويل قصيرة الأجل :

• الائتمان التجاري

يمكن تعريف الائتمان التجاري بأنه نوع من التمويل قصير الأجل تحصل عليه المؤسسة من الموردين و يتمثل في قيمة المشتريات للسلع التي تتاجر فيها أو تستخدمها في العملية الصناعية وتعتمد المؤسسة على هذا المصدر من التمويل بدرجة اكبر من اعتمادها على الائتمان المصرفي وغيره من المصادر الأخرى قصيرة الأجل، بل يكون المصدر الوحيد قصير الأجل متاح في بعض المؤسسات ويطلق على الائتمان التجاري بالائتمان التلقائي نظرا لأنه عادة ما يزيد وينقص مع التقلبات في حجم

¹ الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، الطبعة 2 ، 2003 ، ص151 .

النشاط أي انه عادة ما يكون متاح بالقدر الملائم في الوقت المناسب وتعد هذه واحدة من أهم مزايا الائتمان التجاري يضاف إليها انه يتم دون إجراءات رسمية .

يعتبر الائتمان التجاري الذي يقدمه الموردون مصدرا آليا للتمويل فإذا كان موردو الشركة يبيعون مواد أولية بشروط بيع اجل معينة ، وكانت الشركة تعتمد على هذا المصدر كتمويل، فإن التمويل يزداد آليا بازدياد حجم مشتريات الشركة تبعا لزيادة مبيعاتها وإنتاجها وتتضمن شروط البيع الأجل بعاملين هما الخصم النقدي وفترة الائتمان، إن هذا التمويل ليس عديم التكلفة، فالمورد يتحمل تكلفة الأموال المستثمرة في حساباته المدينة، وتكلفة الخصم النقدي إذا استفاد منها المشتري، ويعكس المورد هذه التكاليف عادة في سعر البيع للمواد وحسب ما تسمح به أوضاع الطلب والمنافسة في السوق لذلك فإن الشركة قد تستطيع الحصول على أسعار أدنى إذا توفرت لديها السيولة و أرادت شراء المواد نقدا من وجهة نظر الشركة المشتريية يمكن تقسيم الائتمان التجاري المقدم من طرف الموردين إلى ائتمان تجاري مجاني وائتمان تجاري ذو تكلفة، وذلك حسب قرار الشركة عن مدى الاستفادة من هذه التسهيلات .

ومن أسباب استخدام الائتمان التجاري ما يلي :

- **التكلفة** : إن استخدام الائتمان التجاري لن يضيف شيئا إلى تكاليف المنشأة إذا حصلت على جميع الخصومات النقدية المتاحة لهذا السبب يعتبر الائتمان التجاري من الأنواع المرغوب فيها في حالة عدم قدرة المنشأة على الحصول على الخصومات إذ أن السعر الذي يحدد المورد تدخل فيه تكلفة الائتمان، فالمؤسسة تدفع قيمة إضافية مقابل استخدامها للائتمان .
- **المصدر الوحيد المتاح** : يمكن الحصول على الائتمان التجاري في الأوقات التي تمتنع فيها المؤسسات المالية عن الإقراض أو التمويل إن صح التعبير، ويصح هذا الكلام بصفة خاصة

بالنسبة للمشروعات الصغيرة أو المكونة حديثا، فالموردون غالبا ما يكونون أكثر استعدادا لتحمل الإخطار عكس المنشآت المالية .

- **السهولة** : إن الحصول على الائتمان التجاري لا يستلزم إجراءات متعددة كذلك التي يطلبها البنك أو باقي المنشآت المالية في حالة الاقتراض .

- **المرونة** : إن الائتمان التجاري يرتبط مباشرة بالمخزون السلعي والمبيعات فهو يساهم في مرونة التمويل للمؤسسة كما هو الحال بالنسبة للهيكل المالي له، ونظرا لأن الدائنين التجاريين نادرا ما يطلبون المدين رهن أصوله لحصول على الائتمان التجاري .

ومن شروط الائتمان التجاري

- **مدة الائتمان** : يمكن تعريف مدة الائتمان بأنها عدد الأيام التي تمر قبل استحقاق قيمة الفاتورة بالكامل فعلى سبيل المثال إذا تم التعبير عن شروط الائتمان التي تمنحها إحدى المؤسسات على نحو 10/2 صافي 30 يوم فإنه في تلك الحالة تكون مدة الائتمان هي 30 يوما .

- **الخصم النقدي** : يتم منح الخصم النقدي كجزء من شروط الائتمان التي تمنحها المؤسسة وغالبا ما يتراوح مقدار ذلك الخصم بين 1 % و 5 % من قيمة البضاعة المباعة ويستفيد من هذا الخصم إذا قام بالدفع خلال فترة زمنية يشار إليها صراحة في شروط الائتمان التي تمنحها الشركة .

- **مدة الخصم النقدي** : يمكن تعريف مدة الخصم النقدي بأنها أقصى عدد من الأيام من بداية الائتمان يمكن من خلاله الحصول على الخصم النقدي، فإذا كانت شروط الائتمان تمثل 10/2 صافي 30 يوم كما اشرنا سابقا، فإن الخصم النقدي في هذه الحالة تكون 10 أيام الأولى من بداية مدة الائتمان أي أن المشتري يمكنه الاستفادة من الخصم النقدي إذا قام بالدفع في أي وقت من اليوم الأول حتى اليوم العاشر .

- **معدل دوران بيع السلعة :** يقصد بمعدل دوران بيع السلعة المدة التي تستغرقها من إنتاجها إلى غاية بيعها، حيث إذا كانت هذه المدة طويلة يكون الائتمان كذلك طويل المدى والعكس صحيح.

- **الوضع المالي للبائع :** هنا عندما يكون البائع ذو وضع مالي ضعيف فهو يمنح مدة ائتمان قصيرة بينما إذا كان وضعه المالي حسنا يمنح مدة ائتمان طويلة .

- **الوضع المالي للمشتري :** عموما نجد أن المؤسسات القوية من الناحية المالية والتي تتبع بالتجزئة عن طريق منح الائتمان لعملائها تستطيع حتما الحصول على فترة ائتمان طويلة نسبيا من مورديها اللذين يمنحونها خصوما نقدية للتشجيع في نفس الوقت على التسديد المبكر.⁽¹⁾

• الائتمان التجاري المجاني

إذا ما استفادت الشركة المشتريّة من خصم الدفع النقدي وسددت قيمة مشترياتها منقوصا منها ذلك الخصم في نهاية فترة السماح (شهر مثلا)، فتكون بذلك قد حصلت على ائتمان تجاري بدون تكلفة

• ائتمان تجاري بتكلفة

إذا لم تقم الشركة المشتريّة بدفع قيمة المشتريات في نهاية فترة السماح لذلك يجب على الإدارة المالية بهذه الشركة تقدير هذه التكلفة الضمنية والمتمثلة في تكلفة الفرصة البديلة⁽²⁾.

• الائتمان المصرفي

¹ سعد عبد الحميد مطاوع ، الإدارة المالية ، مدخل حديث ، الطبعة 1 ، 2001 ، ص 334 .

² محمد أيمن عزة الحيداني ، الإدارة المالية في الشركات ، الطبعة 2 ، 1999 ، ص 476-477 .

يعتبر الائتمان المصرفي ثاني أهم مصادر التمويل قصيرة الأجل بالنسبة لمنظمات الأعمال ويقصد بالائتمان المصرفي " كل أنواع القروض التي تحصل عليها المنشأة من المؤسسات المالية والمصارف الخاصة "

وتلجأ منظمات الأعمال إلى استخدام الائتمان المصرفي في الحالات التالية :

- عندما تكون احتياجات البرنامج التشغيلي للمنظمة تتعدى ما توفره مصادر التمويل الذاتية .
- عندما تكون سمعة المؤسسة في السوق في صورة يصعب معها على الإطلاق الحصول على احتياجاتها أو على الأقل بشروط معقولة .
- عندما تكون المنظمة حديثة العهد وهي بذلك ليس لها من السمعة ما يمكنها من كسب ثقة الجهات المانعة للائتمان التجاري لذلك فإن الائتمان المصرفي يعتبر احد مصادر التمويل قصيرة الأجل الأكثر استخداما وهو يرتبط بسمعة المنشأة في السوق ومركز المالي، ويختلف الائتمان المصرفي عن الائتمان التجاري في انه لا يتأثر تلقائيا بمستوى العمليات التجارية للمنشأة .

هناك عدة أسس يضعها البنك التجاري عند قيامه بمنح عملائه الأنواع المختلفة من القروض ومن بين هذه الأسس نذكر مايلي :

- **مبلغ القرض :** ويجب أن يتناسب حجم القرض المطلوب مع حجم نشاط العميل التجاري لذلك يجب على البنك دراسة حاجة العميل التمويلية، وتحديد المبلغ الذي يتناسب مع حجم نشاط العميل ونود الإشارة هنا إلى أن منح العميل قرضا يفوق حجم نشاطه يؤدي إلى تحميل البنك انخفاض قدرة العميل على خدمة دينه بالإضافة إلى ارتفاع نفقات التمويل لديه، كما أن منحه مبلغ يقل عن حجم نشاطه يؤدي إلى وقوعه في عسر مالي يؤدي إلى المزيد من طلبات الاقتراض لهذا العميل .

- **الغرض من القرض :** يجب على البنك دراسة الغرض من التمويل المطلوب من قبل العميل وذلك حتى يقوم البنك بتوجيه العميل نحو التمويل الملائم لهذا الغرض .
- **مدة القرض :** وتفضل البنوك بشكل عام القروض قصيرة الأجل والتي تسدد نفسها بنفسها إلا أن البنوك تقدم قروض طويلة ومتوسطة الأجل .
- **مصادر الوفاء :** يجب على البنك التجاري دراسة مصدر السداد الرئيسي والمصادر الثانوية لدى العميل ومدى كفاية السداد لكل منها .
- **سمعة المقترض :** وهنا يجب التأكد من رغبة العميل في السداد من خلال الآداب التجارية .
- **قدرة العميل الإدارية :** إن إدارة المشاريع الجيدة تؤدي إلى حسن استعمال الأموال لدى هذه المؤسسة ، و بالتالي القدرة على سداد التزاماته .
- **رأس مال المقترض :** كلما كان رأس مال العميل المقترض اكبر كلما أدى ذلك إلى زيادة اطمئنان البنك نحو منح العميل القرض المطلوب .
- **الضمانات المقدمة :** هناك ضمانات عينية و ضمانات شخصية (كفالات شخصية) .

• الأوراق التجارية

الأوراق التجارية هي عبارة عن أوراق وعد بالدفع مضمونة تصدرها الشركات الكبيرة المعروفة وذات الملاءة المالية العالية، وتباع عن طريق وكلاء متخصصين في تداولها وتسويقها إلى المستثمرين النهائيين الذين يشكلون البنوك التجارية، شركات التأمين، صناديق الاستثمار وشركات الأعمال الأخرى التي يوجد لديها فائض سيولة، تحمل الأوراق التجارية قيمة اسمية ومعدل فائدة اسمية وتاريخ استحقاق محدد، وتتراوح فترة الاستحقاق من شهر إلى ستة أشهر أما معدل الفائدة فيكون عادة اصغر من معدل الفائدة الفصلي بكثير، واكبر من معدل فائدة على شهادات الإيداع بشيء بسيط⁽¹⁾.

¹ خبابة نور الدين ، الإدارة المالية ، بيروت ، دار النهضة ، 1998 ، ص 16-47.

2- مصادر التمويل متوسطة الأجل

لاشك أن للبنوك دورا في تمويل الاحتياجات المالية متوسطة الأجل للشركات والتي تستحق بعد أكثر من سنة إلى خمس سنوات أو أكثر أحيانا، وغالبا ما تكون القروض المصرفية متوسطة الأجل مرهونة بضمانات.

ومن الشروط التي يمكن أن ترتبط بالقروض المصرفية متوسطة الأجل مايلي :

- شروط تحديد سقف المديونية للشركة .
- قيود على تصرف الشركة بالموجودات .
- قيود على توزيع الأرباح على المساهمين .

وتشمل مصادر متوسطة الأجل ⁽¹⁾: قروض المدة، وقروض تمويل المعدات

• قروض المدة:

تتميز قروض المدة بآجالها المتوسطة والتي تستحق خلال فترات تتراوح بين ثلاث إلى سبع سنوات مما يعطي المقرض الائتمان يوفر التمويل، وانخفاض مخاطر إعادة التمويل وتحديد القرض قصير الأجل وذلك لأن مخاطر الاقتراض قصيرة الأجل عادة ما تكون عالية بالنسبة للشركة المقرضة، ويرجع ذلك إلى انه إذا ما استحق قرض قصير الأجل وكانت الشركة مستمرة في حاجتها للأموال ستواجه احتمالات عدم موافقة البنك على تحديد القرض، أو يكون تحديد بتكلفة أعلى وشروط غير مناسبة بسبب تغيرات في ظروف سوق النقد أو في مركزها المالي.

ومن المتعارف عليه أن معدل الفائدة على قروض المدة هذه يكون أعلى من ذلك المعدل على قروض قصيرة الأجل، لتعويض المؤسسة التمويلية عن مخاطر ربط أموالها لفترة زمنية أطول،

¹ خبابة نور الدين، نفس المرجع ، ص 181.

ويتحدد معدل الفائدة على القرض المذكور بسعر الفائدة السائد في السوق وحجم القرض، وتاريخ استحقاقه والجدارة الائتمانية للشركة المقترضة.

• قروض التجهيزات:

عندما تقوم الشركة بشراء آلات أو تجهيزات، فإنها تستطيع الحصول على تمويل متوسط الأجل بضمانة هذه الموجودات، وتدعى قروض تمويل التجهيزات، وتوجد عدة مصادر لمثل هذا النوع من التمويل تشمل : المصارف التجارية، المصارف الإسلامية، الوكلاء الذين يبيعون التجهيزات وشركات التأمين، وصناديق التقاعد والتأمينات الاجتماعية .

أما نوع التجهيزات التي يمكن تمويلها بهذا الشكل فتتضمن الطائرات التجارية، الشاحنات، السيارات الخ وتمول الجهة المقترضة عادة ما بين 70-80% من قيمة التجهيزات التي يمكن تسويقها بسرعة مثل الشاحنات والسيارات وتبقى 20 إلى 30% من القيمة كهامش أمان للممول.

ويوجد شكلان تمنح بموجبها قروض التجهيزات هما عقود البيع والقروض المضمونة، تستعمل عقود البيع المشروطة عندما يقوم وكيل الآلات أو التجهيزات بعملية بيع الأقساط المطلوبة كافة ، ويقدم الزبون دفعة أولية عند الشراء، ويصدر أوراق الوعد بالدفع (كمبيالات) بقيمة الأقساط المتبقية من قيمة الأصل، و عندما يتم تسديد بالكامل يقوم البائع بنقل ملكية الأصل إلى الزبون أما إذا تخلف الزبون عن الدفع فإنه يمكن للبائع الاستيلاء على الآلات بهدف إعادة بيعها إلى زبون آخر.

كذلك يمكن استخدام التجهيزات كضمانة للحصول على قرض مصرفي، حيث يتم رهن هذه التجهيزات لصالح المصرف التجاري الممول ويتطلب ذلك وضع على التجهيزات امتناع المقترض من إمكانية التصرف بها، وبذلك يضمن المصرف حقه في الاستيلاء على التجهيزات وبيعها في السوق إذا تخلف المقترض عن تسديد دفعات القرض.

3- مصادر التمويل طويلة الأجل:

هذا النوع من التمويل يكون تسديده في المدى البعيد كما انه له دور رئيسي في النشاط التجاري للمؤسسة، ويشمل القروض التي تكون مدتها كبيرة وتتمثل عموما في القروض التعاقدية طويلة الأجل، والسندات ويشترط مقابل هذه القروض ضمانات كافية فالمؤسسة ينبغي أن توفي بقيمتها في تاريخ الاستحقاق.⁽¹⁾

• **السندات:** السند هو عبارة عن ورقة مالية تثبت دائنية حاملها للمؤسسة التي أصدرتها وعلى هذا الأساس فالسند هو عبارة عن إثبات لعملية قرض، ويستفيد حامل السند من كل الحقوق التي يستفيد منها دائنو المؤسسة الآخرين وخاصة الاستفادة من الفائدة.⁽²⁾

كما يعرف السند بأنه ورقة مالية تمثل دين طويل الأجل على المؤسسة المصدرة لها وجزء من الدين الكلي والسند قيمة سوقية قد تزيد أو تقل أو تساوي القيمة الاسمية وهذا يعني احتمال تحقيق حامل السند للربح أو الخسارة واهم خصائص السندات هي:

- يعتبر حامل السند من دائني الشركة .
- حامل السند يتحصل على فائدة ثابتة مقابل استخدام الشركة لأموال بغض النظر عن حالتها المالية.
- للسندات اجل محدد تلتزم الشركة بسداد قيمته في نهاية المدة المحددة.
- لا يحق لحملة السندات التصويت أو المساهمة في إدارة الشركة.
- المصدرون للسندات هم الشركات، الحكومة، الجماعات المحلية والمؤسسات المالية المختصة
- تكون السندات مضمونة ببعض أموال الشركة.

أنواع السندات : يمكن التمييز بين نوعين من السندات ⁽³⁾:

¹ منير إبراهيم هندي ، الفكر الحديث في هيكل الشركات ، مركز الدالة للطباعة ، مصر ، 2003 ، ص 148 .

² -الطاهر لطرش ، مرجع سابق ، ص 87 .

³ محمد أيمن عزة الحيداني ، الإدارة المالية في الشركات ، الطبعة 2 ، 1999 ، ص 139 .

1- السندات المضمونة: تكون مغطاة على أصول معينة تكون عادة عقارات، ويجب أن تكون

القيمة السوقية للعقار مرهون لصالح إصدار أعلى من قيمة الإصدار لتترك هامش سلامة مناسبة.

وفي حالة تخلف الشركة عن دفع الفائدة أو قيمة استحقاق السندات أو في حالة تصفية الشركة ، يتم تسديد قيمة السندات من تصفية العقار المرهون، ويمكن للشركة أن تستعمل عقارا واحدا لضمان إصدارين للسندات : رهينة الأولى، وسندات رهينة ثانية، وفي حالة تخلف الشركة عن الدفع أو تصفيتها ، فإن قيمة العقار تستعمل لتسديد حقوق حملة سندات الرهينة الأولى، وما يزيد عنهم يحول لحساب حملة سندات الرهينة الثانية .

2- السندات غير المضمونة: هي سندات لا ترتبط بأصل معين، ويكون ضمان السندات هو

الضمان الائتماني والقوة الإدارية للمؤسسة، فإذا عجزت المؤسسة على التسديد فإن حاملي السندات لهم الأولوية في المطالبة بحقوقهم المقررة على كل أصول من أصول الشركة الغير مرهونة.

وتتجه بعض البنوك في حالة صغر رأسمالها وفي بداية حياتها إلى التركيز على تقديم القروض إذ يحقق ذلك لها عائدا سريعا ومنتظما يساعدها على تنمية مواردها بعد تغطية نفقاتها الإدارية وخدمة الديون التي تقترضها من الغير، على أن تسعى تدريجيا إلى المشاركة في رؤوس أموال المشروعات الناجحة التي تثبت جدواها الفنية والاقتصادية، إذا توفر لها مثل هذه المشاركة ودخلا إضافيا ممكن أن يعوضها عن أية خسائر تنجم عن تقدير قروض يصعب عليها تحصيلها أو فوائدها، ويلاحظ أن بعض البنوك تقبض يدها عن المساهمة في رؤوس أموال المشروعات إذا ما كانت سوق الأوراق المالية غير نشطة في الدولة حيث يصعب تصفية هذه المساهمات في الوقت الذي يكون فيه معدل دوران القرض اكبر، وتؤثر السياسة الضريبية على القرارات المتعلقة بشكل الاستثمار بشكل غير مباشر فإذا كانت

فائدة القرض مثلا تعامل كالمصروفات وستنزل من إجمالي الإيراد فإن المشروعات تتجه إلى أسلوب الاقتراض حيث يكون اقل تكلفة بالنسبة لها عن حالة إصدار أسهم جديدة يساهم فيها البنك .

وفي بعض الحالات تقبل البنوك منح القروض بشرط الاحتفاظ بحقها في القرض أو جانب منه إلى أسهم في رأسمال المشروع في خلال فترة معينة، وتوازن البنوك بين ذلك الأسلوب وبين بعض البدائل الأخرى مثل الحصول على أسهم ليس لها حق التصويت .

ويلاحظ أن شرط عدم التصويت يحد من تداول الأسهم في السوق، وفي معظم الحالات التي تعطي البنك الحق في تحويل قرضه إلى أسهم في رأسمال المشروع ينص على إعطاء المساهمين الأصليين الأولوية في شراء الأسهم إذا رغب البنك في بيعها مستقبلا.

المطلب الثاني : الدور التمويلي والخدمي للبنوك

أولا : الدور التمويلي للبنوك :

ومما سبق ذكره يمكن أن نجد العديد من أنشطة التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة منها :

أ- عمليات التأجير التمويلي :

لقد كانت المشروعات السياحية من قبل تعاني من عدم توفر القروض المصرفية اللازمة لها لشراء المعدات والمستلزمات الرأسمالية الضرورية لزيادة الطاقة الإنتاجية بها لكي تتمكن من توفير الخدمات السياحية والفندقية بشكل أفضل وقد كان هذا واضحا في القرى السياحية. ولهذا فقد قامت البنوك بحل هذه المشكلة للمشروعات السياحية عن طريق ما يسمى بعملية التأجير التمويلي حيث استطاعت هذه المشروعات من توفير ما يلزمها من المعدات الرأسمالية ويمكن توضيح فكرة التأجير التمويلي وما له من مزايا فيما يلي:

ب- مفهوم التأجير التمويلي وخصائصه

من المتفق عليه أن التأجير التمويلي هو نشاط تمويل لشراء معدات وأصول رأسمالية بغرض التأجير وفيه يقوم المؤجر والذي يكون البنك بتمويل شراء أصول محددة الأوصاف من مورد معين وذلك بناء على طلب المشروع أو الشركة وتؤجر إليه بعقد طويل الأجل وغير قابل للإلغاء بحيث تغطي الدفعات الايجارية خلال فترة التعاقد الأموال المدفوعة في الأصل والفوائد وهامش ربح يقترب إلى ما يسمى بالتغطية الكاملة لقيمة الأصول ولا يتحمل المؤجر أية تكاليف للصيانة والإصلاح أو غيرها بل يتحمل المستأجر كافة المصروفات.⁽¹⁾

ج-مزايا التأجير التمويلي :

- عدم مطالبة المستأجر تقديم ضمانات مادية مقابل استخدام الأصل المؤجر طوال فترة التعاقد وهي ميزة لا توفرها طرق التمويل الأخرى . فالبنوك عندما تمنح العميل ائتمانا تشترط نسبة تمويل ذاتي وكذلك تقديم ضمانا مناسباً .
- إن عملية التأجير التمويلي تمكن المستأجر من أن يحدد بنفسه المواصفات الفنية للآلات والمعدات والأجهزة التي يحتاج إليها ويناقش شروط البيع ومواعيد التسليم مع المنتج أو المورد لذا قيل أن عملية التأجير التمويلي عملية مرنة تحقق تمويلا يتناسب مع ظروف المستأجر المستفيد وطبيعة نشاطه ويشبع حاجاته بالإضافة إلى ما سبق فإن عملية التأجير التمويلي قد شجعت البنوك في تقديم القروض للمشروعات السياحية نظرا لما تتمتع به عملية التأجير التمويلي بميزتي الربحية والضمان حيث يحتفظ المؤجر بملكية الأصول المؤجرة مع تحصيل الأقساط الايجارية الدورية متضمنة هامش ربح مناسب. أي أن التأجير التمويلي يعد بمثابة قرض يسدد على أقساط وهو أكثر أنواع القروض طويلة الأجل ربحية وضمانا .

¹ بنك الإسكندرية، دراسة عن التأجير التمويلي ، 1997.

ومن ناحية أخرى فإن التأجير التمويلي من أكثر العمليات الائتمانية ضمانا للمؤسسة المؤجرة حيث انه دين للمؤسسة المالية قبل المستأجر مضمون بأقوى الحقوق العينية على الإطلاق وهو حق الملكية للأصل مما يجنبها خطر إفلاس المدين ويحول دون مزاحمة الغرماء حيث يستطيع البنك أن يسترد هذا الأصل دون جماعة الدائنين .

ولهذا فإن التأجير التمويلي أنهى تخوف البنوك من إقراض المشروعات السياحية لما له من مزايا مزدوجة لكل من البنك والمشروع السياحي في نفس الوقت .

وبذلك يمكن القول أن البنوك قد ساهمت بشكل مباشر في دعم وتنشيط السياحة من خلال توليها لهذا النوع من الخدمات التمويلية .

ب- عملية التمويل بالمشاركة :

هناك نوع آخر من مصادر التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة وهي ما يسمى بالتمويل بالمشاركة⁽¹⁾ وهو من أساليب التمويل الحديثة التي ظهرت في أواخر السبعينات، وهذا النوع من التمويل يوفر للمشروعات السياحية الأموال اللازمة لها لممارسة نشاطها ولا يلزمها أيضا بسداد الفوائد أو أقساط وبصرف النظر عن نتيجة أعمال المشروع السياحي بل يقوم هذا النظام بتحميل كل من البنك الممول والمشروع السياحي طالب التمويل الربح أو الخسارة حال وقوعها.

ج- القروض التعاقدية طويلة الأجل: تتحصل المؤسسة على هذه القروض من البنوك وشركات

التأمين وغالبا ما تستحق بعد فترة زمنية طويلة تتراوح بين سبع سنوات وعشرين سنة كأقصى حد، حيث توجه أساسا إلى تكوين رأس المال العامل بالإضافة إلى تمويل الاستثمار ومن خصائص هذا النوع من القروض مايلي :

¹ مجلة المصارف العربية - العدد 205 - المجلد الثامن عشر - يناير 1998، ص 6.

- قيمة الاتفاق على الشروط القرض (معدل الفائدة ، تاريخ الاستحقاق ، الرهون والضمانات ،مدة القروض ، طريقة التسديد) .
- تكلفة هذا النوع من القروض تمثل نسبة معينة من قيمة القرض متغير خاصة إذا كانت معدلات الفائدة في السوق متجهة نحو الارتفاع .
- تسديد القرض يكون مرة واحدة في تاريخ الاستحقاق أو يتم على أقساط متساوية بتواريخ محددة
- تطلب البنوك ضمانات مهمة على القروض وذلك لرهن عقارات مملوكة للمؤسسة المقترضة .
- يعتبر هذا النوع من القروض من المصادر النادرة ومن الصعب الحصول عليها لأنها تعتمد على مدى توفر المدخرات طويلة الأجل في المؤسسات القائمة بالوساطة المالية .

ثانيا :الدور الخدمي للبنوك :

ينبع هذا الدور الخدمي للبنوك من القدرة التي امتلكتها خلال السنوات الماضية في استيعاب التجارب والخبرات والمستحدثات في الصناعة المصرفية والمالية حيث انه قام برصد آخر التطورات في التكنولوجيا المصرفية وقام بتطبيق العديد من برامج لإعادة تأهيل وتدريب العاملين في أقسامها المختلفة لاستيعاب هذه التطورات بما يخدم تطور العمل المصرفي والمالي.(1)

ويمكن تحديد الدور الخدمي للبنوك لقطاع السياحة فيما يلي:

— لقد قامت البنوك بإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية والمالية للفرص والمشروعات الاستثمارية السياحية التي تتكشف أمامها وبذلك يكون هناك فيض دائم لهذه الدراسات تنتظر التمويل والتنفيذ لتأخذ شكل شركات مساهمة تعمل في مجالات حيوية.(2)

¹ بنك الإسكندرية ،دراسة عن التأجير التمويلي ، ص7.

² مجلة المصارف العربية – كانون الثاني ،مرجع سابق، ص9.

ومن المعروف أن هذه الدراسات تمر بمراحل ثلاث هي:

- مرحلة نشوء فكرة المشروع الجديد .
- مرحلة إجراء دراسات جدوى له .
- مرحلة القيام بالخطوات اللازمة لإخراج المشروع إلى حيز الوجود فيما لو توفر له التمويل وتم تدبير المساهمين فيه .

— الترويج حيث تقوم البنوك بالترويج وبشكل منظم للفرص الاستثمارية السياحية ذات الجدوى والعمل على تسويقها لغرض تشجيع المستثمرين من الأفراد والشركات والمؤسسات للإقبال عليها وتنفيذها . وهذا الترويج يشمل مبادرة البنوك للإفصاح من خلال المعلومات الملائمة عن جدوى هذه الفرص الاستثمارية ومواقعها والمردود المتوقع منها والخدمات التي يقدمها البنك إذا كان هناك إقبالا عليها.

والى جانب ذلك فإن البنوك تلعب دورا ايجابيا أيضا من خلال المبادرة مرة أخرى في تقديم النصح والمشورة لمن يتقدم إليها بطلب فيما يتعلق بهذه الفرص الاستثمارية خاصة لما يتوافر لدى البنوك من مخازن للمعلومات المعاصرة حول التطورات والظروف المحيطة بالسياحة في العالم .

— تقوم البنوك بتوفير التجارب والخبرات المصرفية إذا كان هناك مشروع سياحي خاصته وذلك حيث يقوم بعمل الدراسات والاستشارات اللازمة لضمان حسن سير هذه العملية واقتراح السبل الملائمة لتوفير مصادر التمويل المناسبة لتسهيل تلك العمليات .

— كما أن البنوك هي في موقع يمكنها من الإسهام في المشروعات السياحية الجديدة خاصة إذا كانت هي المبادرة أصلا لدراسة جدواها وإجراء الاتصالات مع الجهات والمصالح المملوكة لها وهنا قد تأخذ تلك المشروعات شكل الشركات المساهمة .

ومن المرجح أن تتقارب نسب المساهمة التي يدخل بها البنك تبعا لحجم الاستثمار المطلوب والمجال الذي يعمل فيه المشروع ومدى كون نشاطه جديدا أو معروفا.⁽¹⁾

وبالإضافة إلى ما سبق فإن البنوك تقوم بتقديم العديد من الخدمات المصرفية الأخرى لخدمة قطاع السياحة ونذكر منها على سبيل المثال ما يلي:

1- إصدار الشيكات السياحية:

وتعتبر هذه الشيكات من أكثر الوسائل استخداما لدى السائحين حيث أنها تمد السائح بوسيلة تبادل نقدي مقبولة وسهلة .

وهناك العديد من المؤسسات المالية التي تقوم بإصدار هذه الشيكات السياحية ومن أمثلتها مؤسسة الخدمات المالية العربية والتي يمتلكها 55 مصرفا كما أنها تقوم بإصدار كروت الائتمان السياحية.⁽²⁾

2- أوامر التبادل السياحية :

وهذه لا تختلف من حيث الغرض عن الشيكات السياحية إلا أنها تختلف من حيث المظهر وأيضا :

- ذات قيم اكبر من الشيكات السياحية .
- لونها يختلف عن الشيكات السياحية .
- ويمكن استبدالها بالشيكات السياحية .

3- خطابات الاعتماد السياحية:

ولهذه الخطابات أهمية كبيرة بالنسبة للسائح الذي يرغب في نقل مبالغ كبيرة فإذا كان السائح متجها لزيارة عدة دول فإنه يشتري اعتمادا مقوما بعملة بلده ويجرى التحويلات اللازمة إلى العملة التي

¹ احمد حسن الزهرى ، التمويل والإدارة المالية ، مطبعة النسر الذهبي ، القاهرة، 1996، ص 117.

² مصطفى زيتون ،كتاب الإحصاء السياحي ، مكتبة الأهرام ، 2001، ص 22.

يريدها على حسب حاجته أما إذا كان متجها إلى دولة معنية بالذات دون غيرها فإنه يشتري خطاب اعتماد مقوما بعملة هذه الدولة متفاديا بذلك تقلبات أسعار الصرف.⁽¹⁾

4-الكروت الائتمانية السياحية :لقد قامت البنوك بإصدار هذه البطاقات أو الكروت

الائتمانية السياحية حيث أصبحت بديلا عن العملات وكذلك الشيكات وهذا النوع من

الخدمات كان له أهمية كبيرة جدا لخدمة السياحة وهناك أنواع عديدة من هذه الكروت

تذكر منها :

- الفيزا كارد

- الماستر كارد

وجميع الخدمات السابقة التي تقدمها البنوك نجد أن السائح يحتاج إليها في تنقلاته حيث انه يحتاج إلى وسيلة سهلة ومضمونة لمواجهة نفقات إقامته في البلد التي يزورها ⁽²⁾.

ولما كانت أغراض السياحة تختلف ما بين سياحة زيارة وعلاج وتجارة ومباشرة أعمال وغير ذلك فإن وسيلة إنفاق السياح تتغير وتتباين تبعا لذلك كما تختلف على حسب الجنسية إذ لكل جنسية وسيلة تفضلها ولكل غرض طريقة مناسبة .

وإجمالا للخدمات التي تقوم بها البنوك في مجال السياحة فإنها قامت بإنشاء العديد من المشروعات

السياحية هدفها الأول والرئيسي تنشيط السياحة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر الآتي :

- إنشاء شركة سياحية لتقديم كافة الخدمات السياحية بغرض تنشيط التسويق السياحي .

- شركة للنقل السياحي البري لتنشيط حركة نقل أفواج السائحين الوافدين خاصة

السائحين العرب بما ينعكس على تخفيض تكلفة الدولة .

¹ مصطفى زيتون ،نفس المرجع، ص25

² المرجع السابق ، ص27.

- إنشاء شركة للطيران تهدف إلى دعم الطيران العارض بين الدول التي يتوافر فيها مقومات الجذب السياحي .

- إنشاء شركة للاستثمار الفندقي تقوم بإنشاء الفنادق والقرى السياحية الأمر الذي يساهم في تدعيم الطاقة الفندقية .

وضمن هذا الإطار أيضا بادرت البنوك إلى تشجيع السياحة عن طريق المبادرة في إقامة لقاءاتها المهمة في المناطق الأثرية .

المطلب الثالث: مشاكل تمويل الاستثمار السياحي

يسفر عادة تحليل وتقييم البنك لدراسة الجدوى المقدمة له من إدارة المشروع طالب التمويل عن بعض ملاحظات تتفاوت في أهميتها وفي درجة تأثيرها على قرار البنك بشأن التمويل ⁽¹⁾ .

فقد يتضح من مراجعة بنود التكاليف الاستثمارية للمشروع انه لم يأخذ في الاعتبار بطريق السهو أو الخطأ تكلفة بعض العناصر ، أو أن بعضها قد قدر بأقل من الواجب ، أو انه لم تتخذ الاحتياطات المناسبة لاحتمال ارتفاع الأسعار وفقا للمؤشرات الاقتصادية المتاحة ⁽²⁾ .

ومن أمثلة ذلك عدم إدخال مصروفات التدريب وتجارب التشغيل بدقة ضمن مصروفات ما قبل التشغيل أو عدم الأخذ في الحسبان تكلفة إنشاء مباني سكنية أو وسائل انتقال للعمال رغم بعد موقع المشروع أو عدم توافر سبل ميسرة للمواصلات ، أو تقدير تكاليف توصيل المرافق العامة للمشروع بأقل من اللازم ، أو عدم الاحتياط المناسب للارتفاع أسعار تكلفة بعض الأصول كالمباني و الانشآت والمعدات أو لمواجهة تقلبات أسعار الصرف للعملات المستخدمة في سداد قيمة الآلات في حالة الشراء

¹ محمد عثمان إسماعيل، التمويل والإدارة المالية في المنظمات الأعمال ، دار النهضة العربية القاهرة 1995 ص 286.

² مصطفى رشدي شيحة ، اقتصاديات النقود والمصارف والمال ، دار المعارف الجامعية الإسكندرية 1996 ص 171.

بعملات غير عملة القرض المطلوب للمشروع ،أو عدم الدقة في حساب فئات الرسوم الجمركية المستحقة على الأصول المستوردة من الخارج ، أو تقدير تكلفة التمويل بأقل من الواجب (1).

وقد تبين وجود اختلاف في هيكل التمويل لتغيير حجم التكلفة الاستثمارية الأمر الذي قد يتطلب تعديل حجم كل من الأموال المطلوب اقتراضها وتلك الممولة من أصحاب المشروع للوصول إلى علاقة مقبولة من الناحية التمويلية (2).

وفي مجال مراجعة إيرادات المشروع قد تبين أن هناك مغالاة في تحديد سعر بيع منتجات المشروع أو أن دراسة السوق لم تأخذ في الاعتبار بدقة ظروف المنافسة من بعض المشروعات التي على وشك الافتتاح وقد يكون هناك تفاؤل في حساب تدرج الطاقة الإنتاجية للتشغيل على مدار العمر الإنتاجي للمشروع أو خطأ في احتساب تكاليف التشغيل.

ويتطلب الأمر من البنك في الأحوال السابقة وما يماثلها تصويب دراسة الجدوى المقدمة إليه في ضوء ما توصل إليه فحصه من ملاحظات وفي بعض الحالات يعاد حساب التكاليف الاستثمارية للمشروع وهيكل التمويل وتصوير قوائم الدخل والتدفقات النقدية ويتبع إجراء هذه التعديلات إعادة حساب المؤشرات المختلفة للربحية وأهمها إيجاد الفترة الزمنية لاسترداد التكلفة الاستثمارية للمشروع والقيمة الحالية لصافي التدفقات بمعدل خصم بعكس تكلفة الفرصة البديلة، وحساب معدل العائد الداخلي للاستثمار (3).

تواجه البنوك مشكلة الاختيار عند اتخاذ القرارات التمويلية والمفاضلة بين فرص الاستثمار المختلفة آخذة في الاعتبار ما تسعى إليه من استخدام الموارد المتاحة بكفاءة لانجاز اكبر عدد من الأهداف المطلوب تحقيقها في ظل السياسة الاستثمارية والأولويات المحددة لها، وكلما جاءت القرارات

¹ إبراهيم مختار ، مرجع سابق ذكره ص 272.

² سعيد توفيق عبيد ،الإدارة المالية ، مكتبة عين شمس القاهرة ، ص 156.

³ سعيد توفيق عبيد، مرجع سابق ذكره ، ص 162.

الاستثمارية التي تتخذها هذه البنوك سليمة كلما أدى ذلك إلى نجاح عملية التنمية ومن أجل ذلك فإنها تعتمد أساسا على دراسات الجدوى لتقييم المشروعات وتحليل ربحيتها التجارية.⁽¹⁾

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال ما سبق وان أردناه في هذا الفصل يتضح بأنه لا يوجد معيار واحد أو قاعدة يمكن تطبيقها بشكل مطلق في مجال اختيار المشروعات للتمويل لأن الأهداف والسياسات المطلوب تحقيقها تختلف من بنك لآخر ومن وقت لآخر ولما كانت البنوك تهتم بالنتائج المالية للاستثمار وأثرها على نتائج أعمالها فإنها تجرى عدة اختبارات لتحليل الخطر والعائد المتوقع ومدى سلامة المشروع من الناحيتين الفنية والمالية وقيمة سيولة الأصول المتاحة كضمان

وتأخذ البنوك في الاعتبار عاملين هما مدى قبول المشروع من ناحية الربحية التجارية، وما يحققه الاستثمار للاقتصاد القومي من ناحية أخرى فالبنك لا يحقق أغراضه في التنمية إذا كرس جهود ورأسماله المحدد للمشروعات ذات الجدوى من ناحية تحقيق الربحية التجارية فقط، كما أنه لا يستطيع أن يتجاهل كلية وضعه كمؤسسة مالية عليها أن تحافظ على رأسمالها في مواجهة المخاطر المختلفة وتوزيع عائد مناسب على أصحاب رأس المال وذلك لتفعيل ونشيط السياحة خاصة.

¹ إبراهيم مختار ، مرجع سابق ذكره ص273.

الفصل الثالث:

دور البنوك في تنشيط السياحة
دراسة حالة ولاية سطيف

تمهيد:

يؤدي قطاع السياحة في الوقت الحاضر دوراً مهماً في اقتصاديات الدول نظراً لما تحقّقه المبادلات السياحية من نتائج معتبرة، إذ تعتبر إحدى قواعد إرساء التنمية الاقتصادية وهذا بتشجيع السياحة الخارجية التي تحقق فائضاً من العملة الصعبة الضرورية لدفع عجلة التنمية.

وتعتبر ولاية سطيف من أهم الولايات التي تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة لها مكانتها على مستوى السياحة الوطنية والإقليمية، مما يؤهلها للنهوض بهذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلكها. هذا الأمر يستدعي توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم للنشاطات السياحية للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج.

من خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى دراسة الإمكانيات التنموية للقطاع السياحي لولاية سطيف وذلك من خلال مبحثين:

المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بالولاية

المبحث الثاني: الاستثمارات السياحية بولاية سطيف

المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي لولاية سطيف

تعتبر ولاية سطيف من بين أهم نقاط الجذب السياحي في الجزائر نظراً لما تتمتع به من مناطق سياحية متعددة، وإلى تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه. وقد ظهرت في الفترة الأخيرة أنماط سياحية جديدة أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين حتى عبر العالم، وذلك إضافة إلى الأنماط التقليدية المعروفة كسياحة الآثار وسياحة المؤتمرات والمعارض الدولية والسياحة العلاجية والرياضية، وسياحة المهرجانات والفعاليات ... والتي أصبحت تمثل اليوم نشاطاً سياحياً يلقي رواجاً كبيراً.

وفيما يلي عرضاً مبسطاً لأهم مظاهر الجذب السياحي بالولاية، والذي أسهم في زيادة عدد إجمالي عدد السائحين لهذه الولاية وذلك من خلال التقديم العام لتطور النشاط السياحي فيها.

المطلب الأول: التقديم العام للولاية

1- لمحة تاريخية حول الولاية :

يعود تاريخ هذه الولاية إلى العصور الغابرة وهذا بعد اكتشاف محطات تاريخية عبر ترابها، ومن هذا مرت الولاية على عدة عهود: عهد ما قبل الرومان والغزوات في عصور الانحطاط، عهد الحضارة العربية البربري، العهد العثماني، عهد الاستعمار، عهد الاستقلال.

كان يقطن ولاية سطيف منذ آلاف السنين سلالة تنتمي إلى مجموعة رجل كرومانيو الذي انحدر من ذرية الامازيغ (الرجال الأحرار) والذين تنظموا على شكل قبائل.⁽¹⁾

كانت منطقة سطيف في البداية تابعة إلى مملكة ميساسيلية في سنة 225 قبل الميلاد، وقد قاوم الأهالي هذا الغزو تحت قيادة يوغرطا الذي قاتل ماريوس قرب مدينة سطيف وانهزم في سنة 105 قبل الميلاد.

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف ، لسنوات: 2000-2011.

خلال تولي يوبا الأول ويوبا الثاني وبطلومي (46 قبل الميلاد - 42 ميلادي) كانت منطقة سطيف جزء من موريتانيا القيصرية وازداد تدخل الرومان مما أدى إلى نشوب ثورات أشهرها ثورة تكفريناس في الفترة بين 17م - 24م الذي نظم جيشا من الأهالي من بينهم سكان سطيف الذين ساهموا مساهمة فعالة في تلك الثورة.⁽¹⁾

وبعد ضم الرومان كل شمال إفريقيا إلى إمبراطوريتهم سنة 42 ميلادي، اهتموا بمنطقة سطيف نظرا لموقعها الجغرافي الذي يسيطر على السهول العليا الشاسعة والغنية بالقمح وموقعها الاستراتيجي عند سفح جبل بabor التي كانت مناسبة للمقاومة ونقطة انطلاق الثورات ضد الاحتلال الروماني . ولهذا قرر الإمبراطور نيرفا في سنة 97 ميلادي إنشاء مستعمرة لقدماء الجيش في موقع سيتيفيس تسمية رومانية مشتقة من كلمة بربرية ومعناها التربة السوداء وكانت منطقة سطيف مخزنا للقمح . ومن أجل فرض النظام الاستعماري تم إنشاء عدة مراكز للحراسة بمنطقة سطيف هي :

- كاستيلوم فارطينيانس (قصر الأبطال) .
- كاستيلوم ديانانس (سيدي مسعود قجال) .
- كاستيلوم (بئر حدادة) .
- كاستيلوم لوبرينانس (المعفرة صالح باي) .

كما أنشئت عدة كاستيلات عبر ناحية سطيف (حمام قرقور، عين الروى ...) .

وقد ساهم سكان سطيف في الثورات التي حدثت في الفترات 375 و 398 ميلادي ، ولهذا قرر الإمبراطور " ديوكرتيان " تقسيم موريتانيا القيصرية إلى ناحيتين: موريتانيا القيصرية وموريتانيا ستيفانيسيس التي عاصمتها سطيف.

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

كما عرف هذا الكيان الجديد نموا سريعا حيث ازدهرت به بعض المدن منها كويكيل (جميلة) ومونس (وادي الذهب-بني فودة)، ونظرا لاستمرار الثورات أدى بالإمبراطورية الرومانية إلى الانهيار والسقوط وتلي هذا السقوط والانحطاط زلزال عنيف ضرب المدينة عن آخرها سنة 419 ميلادي.⁽¹⁾

أ- العهد البيزنطي:

تفاقت الأوضاع بغزو الوندال ونهبهم لشمال إفريقيا واحتلالهم للمدينة سنة 429 ميلادي ودام هذا الاحتلال إلى غاية سنة 539 ميلادي ، أين احتل العميد البيزنطي سالمون المدينة وقام بترميمها وجعلها عاصمة لإقليم موريتانيا الأولى .

إن مجيء البيزنطيين إلى شمال إفريقيا كانت محاولة فاشلة في إحياء مجد الإمبراطورية الرومانية لأن الهيمنة البيزنطية لم تستمر ولم تدم طويلا نظرا لعدم سيطرتها على زمام الحكم نتيجة تزايد الثورات ، ولأن الإمبراطورية البيزنطية ضعفت أمام ظهور الإسلام .

ب- العهد الإسلامي:

وقعت أول حملة لنشر الإسلام في شمال إفريقيا سنة 647 ميلادي، وتم فتحها سنة 705 ميلادي بفضل الرسالة الدينية والسياسية التي حملها العرب إلى الأهالي الذين لقوا لها ترحابا كبيرا.

خلال ثلاث قرون كانت منطقة سطيف تابعة للخلافة الأموية والعباسية، وبعد ضعفها برزت إلى الوجود عدة دويلات منها الدولة الفاطمية وقد تحقق ظهور هذه الدولة بفضل المساهمة الفعالة لقبيلة كتامة في نواحي بني عزيز .

لم يدم وجود الفاطميين في ناحية سطيف طويلا، حيث انتقلوا إلى مصر أين أسسوا مدينة القاهرة سنة 969 ميلادي، إذ قاد جوهر الصقلي جيشا لفتح مصر انطلاقا من عين جوهرة التي أطلق

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

عليها هذا الاسم تمجيدا وتكريما لهذا القائد. وبقيت منطقة سطيف خاضعة للدول التي تتابعت حتى وصول العثمانيين، وظلت مجهولة طيلة هذه الفترة .

ج - العهد الاستعماري:

لقد اجتاحت أوائل المعمرين منطقة سطيف التي كانت عبارة عن أطلال محطة عام 1838 فقاموا بتشييد برج عسكري و مدينة للمعمرين القادمين إليها على أرضية الآثار الرومانية .
و هكذا تم إنشاء مدينة سطيف و هيكلتها خلال سنة 1872 ، و كانت تشهد حركة كثيفة في ظل الأسوار المحيطة بها و المزودة بأربعة بوابات تتناسب مع المواقع الرئيسية و هي : (1)

- في الشمال : بوابة بجاية .

- في الجنوب: بوابة بسكرة .

- في الشرق : بوابة قسنطينة .

- في الغرب : بوابة الجزائر.

أما بعد الاستقلال فإن مدينة سطيف استفادت من توسع تنموي في إطار المخطط الرباعي (1967 - 1970) و برامج إنجاز السكنات المخططة (خلال الفترة الممتدة من سنة 1970 إلى 1986) و الترقية العقارية (ما بين 1986 و 2000) .

ونظرا لموقعها الجغرافي الذي تحتله كهزمة وصل ما بين الشرق و الغرب وبين شمال و جنوب البلاد فإن مدينة سطيف غنية من حيث الخصوصيات الجغرافية، التاريخية و الثقافية التي تشكل بحد ذاتها طاقات تنموية شريطة استغلالها بحكمة و جدارة.(2)

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

² مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

2- المعطيات الطبيعية للولاية

أ- المحيط الطبيعي

تقع ولاية سطيف على بعد 300 كلم جنوب شرق الجزائر العاصمة و تمتد على مساحة قدرها 6549 كلم². توجد ولاية سطيف بالضبط بين خطي طول (05°) و (06°) شرق خط غرينتش وبين خطي (35.50°) و (35°) شمال خط الاستواء. وتعتبر هذه الولاية بحكم موقعها الجغرافي همزة وصل بين الشرق و الغرب و بين الشمال و الجنوب الجزائري و تحدها من :

➤ الشمال : ولايتي بجاية و جيجل .

➤ الجنوب : ولايتي باتنة و المسيلة.

➤ الشرق : ولاية ميله .

➤ الغرب : ولاية برج بوعريرج .

وقد كانت هذه الولاية في عهد سابق تابعة لمقاطعة قسنطينة وهي منبثقة من التقسيم الإداري لسنة 1974 . وتتميز بمكانة جغرافية هامة بين مختلف جهات البلاد لاسيما ما بين المناطق الوسطى والشرقية والجنوبية للبلاد.

ب- التضاريس:

تتميز ولاية سطيف بثلاثة مناطق تضاريسية هامة و هي كالتالي:⁽¹⁾

- المنطقة الجبلية الشمالية التي تسود بها سلسلة جبال الباور التي تبلغ قممها علو 2004 م
- منطقة السهول العليا التي تحتل المنطقة الوسطى وهي ذات ارتفاع يتراوح ما بين 800 و 1300 م
- وتتعاقب بهذه المنطقة مرتفعات تلية و الكتل الجبلية وهي:

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

- في الشمال: جبال مغرس ذي ارتفاع يصل إلى 1757 م
 - في الشرق: جبل براو ذي علو قدره 1263 م
 - في الجنوب: جبل بوطالب أفرحان البالغ ارتفاعه 1886 م
 - في الوسط: جبل يوسف ذي ارتفاع يبلغ 1442 م
- المنطقة المنخفضة السائدة بحدودها الجنوبية الغربية و هي تتطوي على منخفضات تتشكل من ثلاثة شطوط و هي:

- شط البيضاء الواقع بالقرب من حمام السخنة .
- شط الفرعين الواقع بالقرب من منطقة عين الحجار .
- شط الملول الواقع ببلدية قلال .

ج- المناخ :

تتميز منطقة سطيف بمناخ قاري شبه جاف ذي صيف جاف وحار بينما شتاؤه بارد جدا تبلغ نسبة الإمطار السنوية حوالي 434 مم في معظم إقليم الولاية في حين تسود بالمنطقة الشمالية رطوبة قصوى و تبلغ كمية الأمطار المتساقطة سنويا 700مم.⁽¹⁾

كما تتجاوز درجات الحرارة 40 درجة صيفا و تصل إلى ما دون الصفر شتاء، تتخللها فترات من الجليد و الصقيع في معظم الأحيان.

د- الموارد المائية (حسب معطيات سنة 2008):

تم تقدير كمية المياه المعبئة بـ 157, 27 مليون م³ من أصل 566 مليون م³ من المياه القابلة للتعبئة أي ما يعادل نسبة 27,8 % . كما تبلغ كمية المياه السطحية الملتقطة من السيول خلال سنة

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

2008 ب 22,42 مليون م³ في حين أن سعة المياه الباطنية تصل إلى 115,28 مليون م³ و تتوزع النسب بينهما على النحو الآتي 10,15 % و 76,9 % .

وعليه ، فإن نسبة تلبية حاجيات الولاية تناهز 76,2 % ، كما تصل نسبة ربط السكنات بشبكة توزيع المياه ب 87,31 %.

ويعبر الولاية واديان رئيسيان يتميزان بجريان متذبذب و ذلك راجع للظروف المناخية الفصلية السائدة و لمستوى تساقط الأمطار و هما:

• واد بوسالم.

• واد الكبير.

هـ - الزراعة:

حيث أن الجزء الأكبر من إقليم الولاية يقع بمنطقة السهول العليا التي تسود بها زراعة الحبوب التي يتشكل منها معظم الإنتاج النباتي، كما تعد الثروة الزيتية حاضرة بشمال الولاية على وجه الخصوص، أما باقي القدرات المشكلة أساسا من هياكل تدعيم و تطوير الزراعة فإن الولاية تحظى بالمرافق التالية:⁽¹⁾

- التعليم الزراعي الذي يتوفر على مؤسسة ذات طابع جهوي وهي تتمثل في معهد التكنولوجيات الزراعية (م ت ز).

- معاهد الأبحاث الزراعية (م أ ز).

- المعهد الوطني لتنمية البطاطا .

- تعاونيات الخدمات المتخصصة و التدعيم " كوبسيل ، كوباوي ، كاسبيكول " .

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

- المزارع النموذجية التي تعد بمثابة هياكل مرجعية و تدعيمية .
- الهياكل المتخصصة في الصناعات الغذائية (المعاصر و مؤسسات إنتاج الحليب و مشتقاته) .
- المراكز الجهوية للإنتاج المتخصص في تربية الدواجن .
- مستودعات التبريد "ماغ صومام" و 16 وحدة أخرى ذات سعة تخزين قدرها 18500 م³.

3 - التنظيم الإداري و السكان:

تتشكل ولاية سطيف من 60 بلدية و 20 دائرة. تم تقدير عدد السكان بولاية سطيف وفقا للإحصاء العام للسكان و السكن المنظم سنة 2008 بـ 1 489 979 ، موزعين حسب التقسيم الآتي (1) :

عدد الذكور: 756 434 نسمة 50,76 % ، عدد الإناث: 733 545 نسمة 49,23 %

- عدد سكان المقدرات الرئيسية للتجمعات السكانية: 818 278 نسمة 57,48 %

- عدد السكان في التجمعات الثانوية: 260 616 نسمة 17,5 %

- عدد السكان في المناطق المتناثرة: 374 086 نسمة 25,1 %

- كما يبلغ معدل الكثافة السكانية بـ 227,5 نسمة لكل م² .

1.3 . توزيع السكان حسب فرع النشاط :

يمكن تبيان التوزيع السكاني حسب فروع النشاط الاقتصادي وذلك من خلا الجدول التالي:

الجدول رقم 01 : توزيع السكان حسب فروع النشاط الاقتصادي

فرع النشاط الاقتصادي	الزراعة	الصناعة	البناء والأشغال العمومية	الخدمات	الإدارة	التجارة	المجموع
التعداد	111 159	80 571	16 861	21 503	38 138	79 960	348 62
النسب	31,98 %	23,1 %	4,8 %	6,2 %	10,9 %	22,9 %	99,9 %

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف .

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف إحصائيات 2008.

من خلال الجدول رقم 01 والذي يوضح توزيع السكان حسب فروع النشاط الاقتصادي يلاحظ انه لا يزال القطاع الزراعي قطاعا رائدا بنسبة 31.98 % و هو يمتص ما يناهز ثلث السكان العاملين ويحتل قطاعي الصناعة و التجارة المرتبتين الثانية و الثالثة على التوالي بنسبة 23 % لكل منهما أما بالنسبة لقطاع الخدمات فيلاحظ انه ضعيف بالمقارنة مع باقي النشاطات الاقتصادية الأخرى.

4. النشاط الصناعي :

تحظى ولاية سطيف بإمكانيات جد هامة وهي:

- مخطط توجيهي لتسيير المناطق الصناعية و النشاطية مصمم لآفاق 2025، يتضمن " المعاينة المادية للأماكن " ، مندرج في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم المصادق عليه لآفاق 2025 .
- قاعدة عقارية مشكلة من منطقتين صناعيتين.
- 24 منطقة تخزين و نشاط موزعة عبر إقليم الولاية ، تقع اثنتان منها بسطيف وعين أولمان وقد استفادت هاتين الأخيرتين من عملية إعادة تأهيل من أجل استقطاب المزيد من الاستثمارات إليها.
- وتجدر الإشارة إلى أن تكثيف النشاط الصناعي قد أتاح فرصة لاستحداث و إنشاء المنطقة المدمجة للتنمية الصناعية⁽¹⁾:
- المناجم و المحاجر : تشمل على 103 مؤسسة الوطنية منها و الخاصة ، وهي تشغل قرابة 1615 عامل.

- الصناعات الحديدية : تنشط فيها 07 مؤسسات تساهم في تشغيل 1390 عامل.

¹مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

- الصناعات الكهربائية و الالكترونية : تتوزع علي 12 مؤسسة تقوم بتشغيل 1555 عامل .
 - مواد البناء : تخصص في هذا الفرع 21 مؤسسة تسهر على تشغيل 1568 عامل .
 - فرع الصناعة الكيماوية البلاستيكية : يتضمن 35 مؤسسة مشغلة لـ 2286 عامل .
 - فرع النسيج و الجلود و الأحذية : تشمل 06 مؤسسات تشغل 974 عامل.
 - فرع الخشب و النجارة و غيرها، 04 مؤسسات تقوم بتشغيل 305 عامل .
- وعليه فإن القطاع الصناعي المحلي ساهم في خلق ما يقارب 12069 منصب عمل خلال سنة 2006
5. الأشغال العمومية :

1.5. شبكة الطرق (كلم) تبين وضعية شبكة الطرق إلى غاية 2008/12/31⁽¹⁾:

الجدول رقم 02 : شبكة الطرقات بولاية سطيف

جيدة			متوسطة			رديئة		
طرق وطنية	طرق ولائية	طرق بلدية	طرق وطنية	طرق ولائية	طرق بلدية	طرق وطنية	طرق ولائية	طرق بلدية
468 800	204 100	880 099	115 190	421 975	517 231	50 500	47 300	764 850
45 %			30 %			25 %		

المصدر: مديرية الأشغال العمومية لولاية سطيف .

يتضح من خلال الجدول وضعية شبكة الطرقات الولاية والطرق الرابطة أنها في تطور مستمر

حيث بلغت نسبة الانجاز للطرق الجديدة 45% والتي تعتبر العنصر الأساسي في التنمية السياحية للولاية.

¹مديرية الأشغال العمومية لولاية سطيف

حيث أن وضعية شبكة الطرق المعينة على مستوى ولاية سطيف تتجلى فيما يلي :

- نسبة 45 % من شبكة طرقها في حالة جيدة .
- نسبة 30 % من شبكة طرقها في حالة متوسطة .
- نسبة 25 % من شبكة طرقها في حالة رديئة .

6. نشاطات النقل:

1.6. نقل البضائع:

يتم نقل البضائع أساسا عبر الطرق البرية والسكك الحديدية، وقد تم تقدير عدد مركبات النقل بالنسبة لسنة 2008 ب 26 356 مركبة تضمن حمولة وزنها 226 887 طن، وتساهم السكك الحديدية في نقل حمولة وزنها 437 570 طن أي ضعف الحمولة المنقولة بريا.

2.6. نقل المسافرين:

بلغ عدد عربات نقل المسافرين إلى غاية 2008/12/31 ما يناهز 2372 وحدة، و يضاف إلى هذا العدد سيارات الأجرة البالغ عددها 2312 و 180 862 سيارة سياحية تابعة للخواص.

3.6. النقل الجوي:

تستفيد ولاية سطيف من مطار حيوي يتمثل في مطار 08 ماي 1945 و هو يقع بمنطقة عين أرناط.

المطلب الثاني: المواقع والمعالم الأثرية بالولاية

1- المواقع الأثرية

لقد تم العثور على عدة آثار تاريخية و أركيولوجية تشهد على مرور المنطقة في القدم بحضارات عريقة تشكل بحد ذاتها حافزا و رصيذا سياحيا حقيقيا، نذكر من أهمها⁽¹⁾ :

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

1.1. موقع مزلق : الذي يعود أصله إلى عصر ما قبل التاريخ و هو يقع ببلدية مزلق (دائرة عين آرنات) و قد اكتشف سنة 1927 على يد الباحث "بول ماسيرا" و شرع في دراسته لاحقا من قبل "ر. بوفاري" و يشمل هذا الموقع على بقايا أثرية تعود للعصر ما قبل التاريخ نسبت من طرف الباحثين و المؤرخين إلى العصر الحجري الأول المرتبطة بالإنسان البدائي الذي استعمل لأول مرة آليات صيد يدوية لرمي الحجارة أو السهام " إنسان الماكرومانيون".

وتوجد ضمن هذه المكتشفات القديمة التي عثر عليها بقايا عظمية حيوانية و أدوات مصنوعة من الصوان أو السليكس .

كما تجدر الإشارة إلى غنى هذه المنطقة السهبية من حيث الآثار المنسوبة لهذه الحقبة التاريخية الغابرة التي يفترض الباحثون أنها لم تفش بسائر أسرارها بعد .

2.1. موقع عين حنش : يعود هذا الموقع إلى نفس الحقبة الزمنية أي العصر ما قبل التاريخ و هو يقع ببلدية قلعة الزرقاء دائرة العلمة و هو يبعد عن شمال مدينة العلمة بحوالي 07 كلم و 35 كلم عن مدينة سطيف .

وقد اكتشف هذا الموقع على يد البروفيسور "س. أرمبورغ" سنة 1947 أثناء أبحاثه حول الحفريات القديمة المنتشرة من الرواسب القارية المنتشرة بهضاب سطيف.

وقد عثر هذا الأخير على مجموعة من الهياكل العظمية الحيوانية و الأدوات المصنوعة من السليكس التي يعود أصلها إلى أقدم مرحلة تعود لما قبل التاريخ .

ومن خلال الأبحاث التي شرع فيها خلال الفترة الممتدة ما بين 1992 إلى 2006 من طرف الباحث "الدكتور محمد سحنوني" الذي قام بتحريات وصفية حول الطبقة الأرضية التي يتربع عليها

الموقع ، توصل إلى مجموعة من الرواسب الأركيولوجية المشكلة من الطمي و الأوحال الرسوبية و الفخارية.

كما سمحت التحاليل حول الحفريات التي تعود إلى النصف الأول من الطور الجيولوجي الأول بتاريخ تقريبي لهذه الطبقة الأركيولوجية البالغ عمرها حوالي 1.7مليار سنة ، مما تسنى معه تصنيف هذا الموقع ضمن أقدم و أهم طبقة أركيولوجية موروثه من العصر ما قبل التاريخ وجدت بالشمال الجزائري. ولا يضاهاي ندرة و قدم هذا التراث الأثري سوى موقع أوليدواي بتنزانيا.

وبالنتيجة ، فإن موقع عين حنش بإمكانه أن يدلي بمعلومات جمة حول تصرفات الكائن البشري خلال العصر ما قبل التاريخ و يفصل في مدى وجود هجرة بشرية من إفريقيا الشرقية نحو إفريقيا الشمالية.⁽¹⁾

3.1. موقع بوشريط : يقع ببلدية قلعة الزرقاء (دائرة العلةمة وقد تم اكتشافه من طرف البروفيسورس. أرمبورغ سنة 1947 و يتلخص مجمل الآثار التي وجدت بعين المكان في مجموعة من الهياكل العظمية الحيوانية من فصيلة المجترات و بعض الأدوات المصنوعة من السليكس المستعملة في العهد ما قبل التاريخ .

و الجدير بالذكر بأن تركيبة هذه الكتلة الأركيولوجية مماثلة لموقع عين حنش المنتمي إلى نفس الطبقة.

4.1. موقع مونس : لم يتم تصنيف هذا الموقع بعد و هو يقع ببلدية بني فورة (دائرة الجميلة). ويعرف لدى سكان المنطقة بتسمية هنشير لقصر، و قد عثر على متنه على أقدم مخطوطة لاتينية تعود لسنة 157 م .

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

حيث تعذر إلى يومنا هذا تقدير الفترة التي شهدت تحويل هذه المقاطعة إلى بلدية رومانية. و هو يمتد على طول الخط الرابط بين مدينة سطيف و جميلة المعروفة آنذاك باسم كويكل (جميلة) متربعا على مساحة زراعية شاسعة ومنحدرة. و يحتضن هذا الموقع أطلال قلعة بيزنطية مهدمة ، حيث تعاني من نهب مستمر لمكوناتها و أحجارها التي يستخدمها الخواص في تشييد بناياتهم. كما شهدت هذه الأماكن استخراج تمثال المشتري من أعماقها سنة 1954 .

5.1. موقع العتيق : عين السلطان : يقع على بعد 03 كلم شمال غرب بلدية عين لاجر (دائرة عين أزال) محتلا مساحة قدرها 120 هكتار و هو مسجل بالخريطة التي رسمها البروفيسور سلامة و بمجلة "الأطلس الأركولوجي للجزائر على يد الكاتب الباحث "س.قسيل" صفحة 16 عدد 340 .

ومن بين مشتملاته بقايا أثرية لبرج بيزنطي كان يعرف قديما باسم سيتوفاكتونس.، وقد يبدو للناظر في أول وهلة أن الآثار التاريخية منعدمة بعين المكان إلا أن هناك شواهد توحى باختفائها تحت الطبقة الأرضية ، مما يحث على إنجاز أبحاث معمقة من أجل استكشافها و إبرازها للوجود.

2- المعالم التاريخية :

تتمثل هذه المعالم فيما يلي:⁽¹⁾

1.2. حديقة الأمير عبد القادر (حديقة أورليونس في العهد الفرنسي) : تقع هذه التحفة الأثرية بمدينة سطيف و هي تعد بمثابة متحف أركولوجي مفتوح و رمز خاص بمدينة سطيف. و يعود تاريخ الأدوات التي عثر عليها بفنائها إلى سنة 1840 وهي وليدة الطراز المحلي البحت .و قد ظهرت فكرة استجماع هذه الأدوات الأثرية خلال الاحتلال الفرنسي.

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

ومن ثمة أقيم بحديقة أورليونس عرضا لبعض الآثار الحجرية و الرخامية (الأعمدة المتقابلة و أتوجتها و الشواهد المأتمية)

أما في وقتنا الحاضر، فتحتوي هذه الحديقة على 200 نصب منحوتة (نقوش على الأعمدة و أتوجتها المتميزة بمخطوطات لاتينية تشهد على التاريخ العريق الذي مرت به سطيف عبر العصور لاسيما العهد الروماني و البيزنطي) .

2.2. القلعة البيزنطية : يقع هذا المعلم بمدينة سطيف وتم تصنيفه بتاريخ 1979/11/20. وقد تم تشييده على يد البيزنطيين عام 539 م بعد الزلزال المدمر الذي ضرب المنطقة سنة 420 م .وخلال العصر الوسيط ، شهد هذا المعلم توسعا ملحوظا في عهد الحضارة الفاطمية التي استمر إشعاعها إلى غاية القرن الرابع عشر، واحتفظ هذا المركز الحضري على طابعه الأصلي إبان الاحتلال الفرنسي الذي دعمه بعدة تحصينات عسكرية.

كما تم العثور على فسيفساء رائعة بمحض الصدفة سنة 1976 بمناسبة إنجاز أشغال الري ومن ثمة شرعت مصالح علم الآثار بمساعدة خبراء اليونسكو في إجراء سلسلة من أشغال التنقيب والبحث خلال الفترة الممتدة ما بين 1977 إلى 1984.⁽¹⁾

وبعد هذا الجهد الطويل الأمد، تم اكتشاف آثار رومانية تعود للحقبة التاريخية الممتدة ما بين القرن الثاني و الرابع ميلادي و حي إسلامي تم تأريخه ما بين القرنين التاسع و الثاني عشر. وقد سمح تحليل هذه الآثار بإجراء مقارنة تاريخية مستحدثة بشأن مدينة سطيف .

ونظرا لأهمية هذه الاكتشافات الأركولوجية، قامت الحكومة الجزائرية بتصنيفها ضمن التراث

الوطني وفقا للجدول الزمني الآتي:

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

- القلعة البيزنطية بتاريخ 1979/02/19 (الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1979.03.06).
- المنطقة الأركولوجية الشاملة لمنطقة الكنائس، السيرك وحي المعبد بتاريخ 1982.10.19 (ج.ر. رقم 48 المؤرخة في 1982.11.30).

3.2. الحصن: تم تحرير الحصن الواقى من الانقراض ابتداء من سنة 1959 و كان يعتبر في زمانه الحد الفاصل للجهة الشمالية لحي الكنائس ، و كان شبه منهدم عند اكتشافه في سنة 1962. كما عثر على القلعة المحاذية له البالغ علوها 130م.⁽¹⁾

4.2. خزان المياه "بازال" (حمام روماني) : يقع هذا المعلم ببلدية سطيف و تحديدا بساحة بازال المسماة حاليا "بحديقة ريفاوي" ، مع العلم أن اكتشافه يعود لعهد الاحتلال الفرنسي سنة 1907 و تم ترميمه لاحقا ليصبح الممون الرئيسي لمدينة سطيف من حيث المياه الصالحة للشرب. وكان هذا المعلم قبل انتشاله مطمورا تحت 03 أقدام من التربة و بالتالي فهو يمثل قيمة أركولوجية حقيقية .

كما يتميز عن غيره بشكله الشبه مستطيل و أبعاد أضلاعه 20 ، 15 ، 11 ، 19 م . ويتوسط هذا المعلم ساحة غنية بالآثار الأركولوجية كالمخطوطات اللاتينية و الأعمدة المتوجة و بعض البقايا المعمارية المستخرجة بضواحي مدينة سطيف في عهد الاحتلال الفرنسي.

5.2. المتحف الوطني الأيكولوجي لمدينة سطيف : شيد هذا المتحف في سنة 1984 بالمدينة الرئيسية لولاية سطيف و افتتح أبوابه للجمهور إثر تدشينه بتاريخ 30 أفريل 1985 ومن ثمة تمت تصنيفها كمتحف وطني لعلم الآثار بتاريخ 06 جويلية 1992.

ويجسد هذا المتحف ذاكرة المنطقة من حيث الرموز و الصور المميزة لولاية سطيف و ضواحيها

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

6.2. المتحف القديم : كان قديما يحتضن قصر العدالة المتميز بطابع معماري يعود أصله للقرن التاسع عشر و يمتد هذا المعلم على مساحة قدرها 18 آر و 76 سنتيآر وهو محشور بين أزقة عبيد بارشي وسواكير و هذا وفقا لمخطط 1851 .

ودخل غداة الاستقلال تحت وصاية وزارة التربية بتاريخ 25 جوان 1965 كمصلحة للآثریات بموجب محضر تبريري رسمي .

وفي غضون سنة 1968 تم تدشينه ليفتح أبوابه كأول متحف على المستوى الوطني، وشرع مباشرة في مزاولة نشاطاته بالطابق الأول الكائن بمقر المحكمة المدنية القديمة. ونظرا للحالة المزرية التي آل إليها، بادرت وزارة المجاهدين باسترجاعه لاحتضان متحف المجاهد المتواجد حاليا بمدينة سطيف.

وكان هذا المتحف يحتوي على سبعة قاعات عرض و رواق زجاجي يطوق بساحته، و هو غني من حيث التحف و المجموعات الأركولوجية التي تحدد الأحقاب الكبرى التي مرت عليها حضارات عريقة تعود للعصر ما قبل التاريخ.⁽¹⁾

7.2. عين الفوارة : عبارة عن ينبوع مائي تغذيه أربع سواقي ويعلوها تمثال امرأة (قد يرمز للأرض الأم) مع العلم أنها شيدت من طرف حاكم المنطقة آنذاك عام 1898 و ذلك فوق 04 ينابيع موروثة من العهد الروماني . و يتزود هذا المعلم التاريخي من خزان "بازال".

حيث أن فكرة إنجاز هذا المعلم الضخم وليدة ورشة فرنسية مستقرة بمدينة باريس بتاريخ 26 فيفري 1898 ، و هي من صنع النحات الفرنسي "فرانسيس سانت فيدال" الذي عرضها لأول مرة

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

بمتحف "لوفر " ،وقد شيد الجزء السفلي من المنبع و المشكل من الأحجار المنحوتة و الأحواض بمدينة سطيف. (1)

8.2.الضريح الروماني المدعو"سيبيون الإفريقي": يقع هذا الضريح على بعد 1800 م تقريبا شمال غرب مدينة سطيف بوسط المدينة الجديدة وتنتسب تسميته إلى أحد نبلاء العائلة الرومانية " كورنيليا" و هو (ب.كورنيليوس ساببوس أفريكانيوس) و ينقسم هذا الضريح إلى شطرين هما:

الجزء السفلي المظفور تحت الأرض الذي يأوي الغرفة المأتمية ،الجزء العلوي المشكل من شواهد قبرية و يرجح تاريخ هذا المعلم ما بين نهاية القرن الثالث و بداية القرن الرابع ميلادي.

9.2.الآثار الأركولوجية أخرى: تم الاكتشاف على العديد من الآثار الأثرية القديمة بمدينة سطيف أثناء عمليات الحفر و التنقيب المشروع فيها خلال سنوات 1956، 1966 و 1971 غير أنها لم تحظى بتدابير ترميمية و من أهمها :

• المقبرة المشرقية (المسماة في ذلك الحين بمدينة الموتى):

اكتشفت بمدينة ستيفيس ما بين 1959 و 1966 و هي تمتد على مسافة 01 كلم باتجاه الشمال الجنوبي . وقد عثر بمنتها على أدوات مأتمية من طرف علماء الآثار الفرنسيين و تشمل على الأباريق و الأطباق الختامية (خزفيات رومانية إغريقية ذات اللون الأحمر،مطلية بدهون زيتية و مزخرفة بنقوش بارزة)، الجرات و المشاعل القديمة العهد.

• حي المعبد ذي الرواق المعبد :

اكتشف سنة 1961 على إثر إنجاز أشغال حفرة على مستوى المقبرة الشرقية من الجهة الشمالية الغربية للقلعة البيزنطية . و تم هدمه من أجل المحافظة على القلعة البيزنطية .

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

كما عثر بعين المكان على فسيفساء عظيمة تمثل العودة المنتصرة "للإله باشوس" و هي بمثابة أروع العروض التي يفخر بها المتحف الوطني لسطيف.

• حي الكنائس :

يقع شمال غرب مدينة سطيف و يمتد على مساحة قدرها هكتارين و يحتوي على كنيستين وعدة مرافق مصاحبة لها كالمحلات التجارية و الحمامات الصغرى.

وتم العثور بإحدى هذه الحمامات على فسيفساء رائعة تمثل "تبرج إلهة الحب و الجمال فينوس".

• السيرك : اكتشف بربيع سنة 1963 ، و يتميز بطول يبلغ 500م و عرض 77 م إلا أن هذه

الاكتشافات لم تحظ بالتدابير الوقائية المعتمدة و هو في حالة مزرية و مع ذلك فإن أبعاد هذا

المعلم دلالة واضحة على الأهمية البالغة التي كان يحظى بها لدى الرومان.⁽¹⁾

• الديوان الوطني للتراث الأركولوجي و الثقافي : يقع مقر هذا الديوان بولاية سطيف في

أحضان كنيسة قديمة بعين الدروج بعدما حل محل المقاطعة الأركولوجية التي كانت مكلفة

بتسيير المجموعة الأثرية و التاريخية المنتشرة عبر الولايات الثلاث : سطيف ، برج

بوعريريج و المسيلة.

• الفسيفساء الجزيئية : إن مصطلح الفسيفساء من أصل لاتيني " أوبيس ميوزيوم" و تعود

جذورها للقرن الأول قبل الميلاد و هي عبارة عن تقنية زخرفية تتمثل في جمع الجزيئات من

الكسور و الحصى و القطع الزجاجية المزينة المستعملة عادة في تكسية الجدران و تبليط

أرضيات المنازل الفاخرة بأناقة و إتقان لا نظير له، و لقد اعتمدت هذه التقنية في عهد

الحضارة الرومانية.⁽²⁾

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

² مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

• **الموقع العتيق بجميلة :** تشكل مدينة جميلة التي كانت تدعى سابقا باسم كويكل (من المحتمل أن تكون من أصل بوني) على المستوى الايكولوجي إحدى مفاخر التراث الأثري الوطني و العالمي، يمثل مدينة كويكل أول معلم سياحي ملفت للانتباه و اهتمام الزوار و السياح الوطنيين و الأجانب القادمين إلى المنطقة، يعود تأسيس هذه المدينة الأثرية ذات الطابع العسكري إلى عهد الإمبراطور الروماني "تيرفا"، على يد أحد محاربيه القدماء ما بين سنة 96 و 97 ميلادي .

• **مواقع العصور الوسطى " إقجان":**

"إقجان عبارة عن موقع يعود تاريخه إلى العصر الوسيط ما بين القرنين التاسع و العاشر. وهو يقع ببلدية بني عزيز التابعة لنفس الدائرة، و يشمل على بقايا لمدينة عسكرية محصنة و قاعدة لعمليات الجيوش الإسلامية الشيعية بقيادة عبد الله عضاية. ولم يتبق منه في الوقت الحاضر سوى الحصن الغربي و بعض الآثار في طور الزوال. وقد أشير إلى هذه المدينة في نهاية القرن العاشر من طرف المؤلف المقدسي " دار الهجرة" و كانت مصنفة ضمن المدن الإفريقية الكبيرة.

وبتاريخ 20-11-1978 تم تصنيف هذا الموقع كتراث وطني للعصر الوسيط (ج. ر رقم 52 المؤرخة في 26-12-1978)⁽¹⁾

• **موقع قلل الايكولوجي :**

لقد أشير إلى وجود آثار تاريخية هامة بمنطقة قلل التي عثر فيها على نواويس حجرية بمحض الصدفة و ذلك بصدد حفر الخنادق المستقبلية للأسلاك الهاتفية.

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

و يتجلى من خلال هذا المنطلق ضرورة متابعة عمليات الحفر من طرف الفرق الجامعية و الباحثين المتخصصين للعثور على اكتشافات أخرى جديرة بالاهتمام.

وهذا بحد ذاته كفيلا بإعطاء نفس جديد للسياحة الايكولوجية و العلمية.

• المعتقل الاستعماري "بقصر طير":

أعيدت تسميته بعد الاستقلال و أصبح يعرف بقصر الأبطال.يقع بدائرة عين أولمان و تعود نشأته إلى الجيش الفرنسي الذي اتخذ كوسيلة لردع المقاومة الجزائرية في أعقاب سنة 1956 على مساحة قدرها 12 هكتار و قد تقلصت رقعته في الوقت الحالي و أصبحت منحصرة في فضاء مغلق لا يتعدى 7000 م ، وهو يضم أهم الآثار التي عثر عليها بعين المكان و سيستقبل متحف المجاهد (في طور الإنجاز).

3- المواقع السياحية الطبيعية : حيث أن المنطقة تزخر بعدة مواقع طبيعية عذراء من هبة الخالق

و هي تشكل بالفعل مؤهلات سياحية لا يستهان بها، و على هذا الأساس ينبغي في حالة إدراج

أي تعديل بشأن محيطها أن يتم في ظل احترام القانون الساري المفعول و التوافق مع الهيئات

المعنية المتخصصة⁽¹⁾.

1.3.الحظيرة الوطنية للبابور : تقع هذه الكتلة الجبلية المهيمنة لوسط الأطلس التلي على ارتفاع

2004 م ببلدية البابور بين ولايتي بجاية و سطيف على مساحة قدرها 2367 هكتار كما تبعد عن

البحر الأبيض المتوسط بمسافة قدرها 15 كلم . و في غضون سنة 1931 تم تصنيف الكتلة الجبلية

السائدة بمنطقة البابور كحظيرة طبيعية محمية من طرف السلطة الاستعمارية.

2.3.غابة بوطالب (ريغا الظهرة):

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

تحتوي منطقة بوطالب على كتلة غابية جد هامة تمتد على مساحة شاسعة قدرها 39 000 هكتار. وهي تتميز بغطاء نباتي متعدد و متنوع معظمه من أشجار الصنوبر، البلوط الخضر و الفلين بالإضافة إلى مجموعة من الصنوبريات و ثروة حيوانية معتبرة جديرة بالاهتمام و الاكتشاف. وتجدر الإشارة بأن هذه الغابة المترامية الأطراف مؤهلة لاستقطاب سياحة ترفيهية و مقربة لسكان المنطقة شريطة التكفل ببعض أشغال التهيئة الضرورية لهذا الغرض :

- فتح الممرات و الدروب.
- إنشاء فضاءات لمرح و لعب الأطفال .
- خلق مرافق تجارية خفيفة و متنقلة.

3.3. جبل مقرس : يقع ببلدية عين عباسه مهيمنا على ارتفاع قدره 1700 م و هو يحتوي على مناطق رعوية ومنبع مائي تتخلل هذا الموقع عدة محطات للاتصالات ،غالبا ما تكسو أعاليه الثلوج الكثيفة في فصل الشتاء كما تتمتع هذه الكتلة الجبلية بخصائص مناخية ترشحه لاستقطاب سياحة استجمامية ومقربة لأهالي المنطقة الذين يكتشفون حلته البيضاء شتاء و يحظون بهوائه المنعش بعيدا عن صخب المدن صيفا ، و للأسف فإنه لا يحتوي على أي مرفق سياحي باستثناء أرضية مهجورة لمشروع فندق .

4.3. غابات زنادية و بوسلام : تقع هاتين الغابتين المتميزتين بطابع ترفيهي وجو منعش على مستوى مخرج مدينة سطيف بالجهة الشمالية الغربية وقد أعيد تشجيرهما بفصائل صنوبرية كما تم إنشاء بعض الهياكل الرياضية وإعداد فضاءات لتسلية الأطفال بغابة زنادية، و تتوافد عليها العائلات و الشبان الرياضيين قصد الاستمتاع بظلالها و مرافقها .⁽¹⁾

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

5.3. موقع أزرو إفلان (الحجر المثقوب) : يقع ببلدية بني ورثيلان على بعد 77 كلم شمال غرب مدينة سطيف، تستوقف الزائر لعين المكان تلك المناظر المذهلة و المميزة للمنطقة التي لا تترك مجالا سوى للإعجاب و التواضع أمام جمالها، أهمها:

- القرى البربرية المحيطة بالقمم الجبلية و هي لا تزال محافظة على أصالتها، لعلها أروع مثال نتج عن توافق الإنسان مع طبيعته، ومن أبرز هذه القرى " إمزيان " و أورير" الواقعتين على المنحدر المقابل للطريق الوطني.

وأهم ما يلفت الانتباه هو نزوح و هجر السكان لهذه القرى لأسباب لا تزال مجهولة إلى يومنا هذا، و من المحتمل أن تكون الدوافع الاقتصادية وراء هذه الظاهرة نظرا لعزلة المنطقة الواقعة بنطاق جغرافي صعب أو عقب الزلزال الذي ضرب المنطقة في سنة 2000 .

6.3. الكتلة الغابية بقتزت : تتميز بموقعها الجغرافي المميز بأعالي دائرة قنزات و هو يشكل ثروة نباتية و إيكولوجية، كما يحتوي هذا الموقع على عدة أنواع من الحيوانات البرية النادرة التي تستوجب بذل الجهود لاكتشافها و حمايتها.

7.3. الكتلة الغابية بأولاد سي أحمد : تقع جنوب غرب عين ولما و قد وقع الاختيار على هذه الكتلة الغابية لاحتضان مشروع مصحة للأمراض الصدرية. و في حالة تدعيم هذا الموقع المناخي الفريد ببعض المرافق الضرورية سيخلق دون شك الظروف الملائمة لتوسيع سياحة ترفيهية مقربة.

4- الصناعات التقليدية في الولاية

تمتلك ولاية سطيف ارث ثقافي وتقليدي هام، والذي نتج عن اختلاف الحضارات التي عكبت على إقليمها، هذا الإرث يسمح بتطوير النشاط الحرفي التقليدي والمتمثل فيما يلي⁽¹⁾ :

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

- بساط حمام قرقور الذي يعني شهرة عالمية (tapis de gargoure) .
 - النقش على الخشب لجهة قنرات وبني عزيزة .
 - البرنوس والقشابية السطايفيين .
 - العمل الخشبي في نواحي بابور .
 - صناعة الجلود بعين ولمان .
- وجود هذا الإرث العظيم يسمح بفتح مراكز حرفية التي تتحكم فيها الغرفة الحرفية المتواجدة في الولاية.

المبحث الثاني : الاستثمارات السياحية بولاية سطيف

يتجه الاستثمار السياحي في بلادنا إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء، هذا الأخير الذي يبقى بعيدا عن تلبية الطلب في هذا الجانب في ظل الرواج المتزايد للسياحة الجزائرية، وتندرج الاستثمارات التي منها ما هو في طور الإنجاز، في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتهيئة القطاع السياحي في آفاق 2025 والتي هي جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يرمي إلى خلق نوع من التناغم والتناغم في إنجاز مختلف المشاريع القطاعية، وتم في هذا الإطار الانطلاق في تجسيد مشاريع سياحية ضخمة من شأنها الاستجابة للتدفق الهائل المرتقب للسياح، وإنعاش السياحة المحلية والوطنية، ويخص الأمر إنجاز سبعة أقطاب سياحية بامتياز، و50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية، بمختلف ولايات الوطن.

وقد دخل القطاع السياحي في الجزائر مثله مثل عدد كبير من القطاعات، مجال الخصوصية سنة 1988، وتم على إثر ذلك فتح الباب أمام القطاع الخاص ويعد مركب حمام قرقور بولاية سطيف آخر مركب سياحي بادرت الدولة ببنائه .

المطلب الأول: مكانة ولاية سطيف من الاستثمارات السياحية في الجزائر

يرتكز العمل في مجال الاستثمار السياحي على تدارك التأخر المسجل في المجال السياحي في بلادنا، وتأهيل القطاع حتى يتمشى و المؤهلات الطبيعية والمادية والتاريخية، وهي مؤهلات مشجعة للندفق السياحي ومدعمة لتنمية الاقتصاد الوطني.⁽¹⁾

ويعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030 أرضية العمل الرئيسية لتنمية السياحة في الجزائر، ويتضمن هذا المخطط الإطار الاستراتيجي والمرجعي لتطبيق السياسة السياحية في الجزائر في حدود 2030، وتجسيد التوجه الرامي إلى تثمين الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر، منها الطبيعية والثقافية والتاريخية وجعل هذه الإمكانيات في خدمة السياحة، ومن ثم تغطية العجز المسجل خاصة في مجال الإيواء الذي لا تتعدى سعته 92 ألف سرير على المستوى الوطني، 10 بالمائة منها فقط مطابقة للمواصفات العالمية، يقابلها عدد كبير من الطلبات على الإيواء ويفوق الملايين سنويا. ومن ضمن المشاريع الكبرى التي يتضمنها مخطط التهيئة السياحية، إنجاز سبعة أقطاب سياحية بحلول 2030، بالإضافة إلى إنجاز 20 قرية سياحية وحدائق ايكولوجية ذات بعد سياحي تتوزع على التراب الوطني، وهي نماذج سياحية تسمح بهيكلية الإقليم وتحسين الوجهة السياحية للجزائر، تشمل مجموعة من القرى السياحية بدرجة امتياز وعددا من التجهيزات ومرافق الإيواء ومختلف النشاطات، بشكل يتناغم مع ما يتضمنه مشروع تنمية الإقليم، وتستجيب هذه الأقطاب إلى احتياجات السكان .

وقد تم خلال شهر جوان من سنة 2009، إدماج 50 مستثمرا وطنيا جديدا لتجسيد 50 مشروعا استثماريا في مجال الفنادق بالأقطاب السياحية المذكورة، من شأنه توفير 6800 سرير وخلق 10 آلاف منصب شغل وهي عملية تضاف حسب الجهة الوصية إلى تلك التي تم الانطلاق في تجسيدها سنة

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

2008 والتي ترمي إلى بعث 283 مشروعا سياحيا بسعة 25 ألف سرير، ويصل عدد المشاريع الاستثمارية الخاصة بإنجاز القرى السياحية، 20 قرية موزعة على كل من الطارف، عنابة، بجاية، بومرداس، تيبازة، سكيكدة، وهران، العاصمة، تلمسان وتميمون، تضاف لها ثلاث حدائق "دنيا بارك" وهي من نوع الحدائق الايكولوجية ذات البعد السياحي، بكل من العاصمة و وهران وعنابة، ويفوق إجمالي عدد الأسرة المزمع توفيرها بمختلف هذه القرى، 52 ألف سرير.

وحسب المختصين فإن الجزائر التي كانت سنوات السبعينيات مقصدا سياحيا عالميا هاما ستسترجع مكانتها بشكل كبير ومتميز خاصة وأنها مدرجة حسب المنظور السياحي في خانة الوجهات السياحية غير المكتشفة، هذا المنظور الذي يأخذ بعين الاعتبار توجه السياح إلى اختيار الوجهات الجديدة غير المكتشفة وهو ما من شأنه إعطاء الجزائر درجة امتياز في استقطاب السياحة الوافدة، ومن خلال هذا سنحاول الوقوف على وضعية الاستثمارات السياحية مع بداية 2011 على اعتبار أنها تمثل أهم المؤشرات التي من خلالها قياس حجم الاهتمام بالنشاط السياحي هذا ما يبينه الجدول الموالي:

(1) الجدول رقم 03: حالة الاستثمارات السياحية إلى غاية 2011/01/31

الولاية	مشاريع طور الانجاز Projets en cours			مشاريع متوقفة Projets à l'arrêt			مشاريع لم تنطلق Projets non lancés		
	العدد	عدد الأسرة	مناصب الشغل	نسبة الأشغال	العدد	عدد الأسرة	مناصب الشغل	عدد الأسرة	العدد
بجاية	25	2100	1020	61%	6	478	239	806	237
بسكرة	11	862	270	61%	8	550	290	00	00
الجزائر	22	2574	2938	43%	3	2852		00	00
سطيف	17	1517	508	42%	3	110	87	113	46
مستغانم	35	5041	852	47%	2	36	10	192	50
وهران	44	5161	1552	46%	4	614	145	1114	338
المجموع	329	35861	12517	60.18%	121	13179	5180	7766	3615

المصدر : وزارة السياحة

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

من خلال فحص حالة المشاريع الاستثمارية لقطاع السياحة مع بداية 2011، تم رصد ثلاثة حالات لهذه الاستثمارات:

1- استثمارات سياحية قيد الانجاز :

في بداية 2011 قدرت عدد المشاريع السياحية قيد الانجاز بـ 329 مشروعا سياحيا، وقد بلغ معدل الانجاز المتوسط 60,18% سوف تسمح هذه المشاريع بتدعيم الحظيرة الفندقية الحالية بطاقات ايواء جديدة تقدر بـ 35861 سريرا، وقد عدد المناصب الممكن إحداثها بـ 12517 منصب شغل مباشر، أي متوسط 0,35 منصب شغل مقابل كل سرير منجز، ويعتبر هذا المعدل منخفض مقارنة بالمتوسط المحقق دوليا والذي يقدر بـ 0,5 منصب شغل مباشر لكل سرير .

تقع هذه المشاريع بـ 56 مشروعا داخل منطقة التوسع السياحي، و132 مشروعا خارج منطقة التوسع السياحي والباقي غير محدد .

كما تركز معظم المشاريع بالولايات الساحلية إذا تجاوزت 200 مشروعا، كما ينبغي الإشارة إلى أن هناك العديد من المشاريع المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية (القرى السياحية) المعلنه ضمن المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مازلت مجمدة والتي قدرت طاقات الإيواء بها 28281سريرا وتبقى الأسباب مجهولة .

وللتذكير هذه الحالة عرفت الجزائر سنوات الثمانينات أين اتجه العديد من المستثمرين العرب نحو السوق التونسي والمغربي وخسرت الجزائر في تلك الفترة أكثر من 20 مليار دولار كاستثمارات سياحية انتظرت فرصتها لدى السوق الجزائري، لكن سبب الإجراءات الإدارية

والشروط المقدمة حالت دون دخولها السوق الجزائري في المقابل وجدت كامل التحفيزات لدى البلدان الشقيقة.⁽¹⁾

2- استثمارات سياحية متوقفة :

تم حصر 121 مشروعا سياحيا متوقفا أي أن متوسط الانجاز قدر بـ 56% عبر مختلف ولايات الوطن وبمعدل انجاز محصور بين 13% و 95%، هذه المشاريع المتوقفة كان من المقرر أن تضيف طاقات إيواء جديدة تقدر بـ 13179 سرير، كما توفر 5180 منصب شغل مباشر، سجل أكبر عدد للمشاريع المتوقفة بولاية جيجل بـ 13 مشروعا أي بنسبة 11% من إجمالي المشاريع .

أما أسباب توقف هذه المشاريع فهي ترجع إلى مايلي :

• أكثر من 50% من عدد المشاريع المتوقفة كانت لأسباب مالية (مشكلة التمويل) أما

الباقي فيعود إلى :

- عدم تسوية الوضعية الإدارية (عدم الحصول على رخص البناء) .
- مشاكل داخلية (نزعات بين الشركاء) .
- وفاة المستثمر .

3- طلبات الاستثمار (مشاريع لم تنطلق) : تم رصد 124 مشروعا سياحي مسجل مع نهاية

جانفي 2011 أما طاقات الإيواء المنتظر تحقيقها من خلال انجاز هذه الطلبات فقد قدرت بـ 7766 سرير، كما تسمح بتوفير ما يقارب 3615 منصب شغل مباشر .

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

فيما يخص التوزيع الجغرافي لهذه الاستثمارات، فإن ما يقارب 85 مشروعا سجل بالولايات الساحلية أي بنسبة 66% من مجمل طلبات الاستثمار، وانجازها من شأنه الاستجابة للتدفق الهائل المرتقب للسياح، خاصة السياحة الداخلية المرتبطة بالمنتج السياحي الشاطئي.⁽¹⁾

المطلب الثاني: وضعية الاستثمارات السياحية بولاية سطيف

الجدول الموالي يوضح توزيع الاستثمارات السياحية بولاية سطيف

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

الجدول رقم 04 : الاستثمارات السياحية بولاية سطيف

الرقم	المستثمر	طبيعة المشروع	تاريخ الموافقة المبدئية	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	تكلفة المشروع	نسبة تقدم الأشغال
01	حداد عبد الوهاب	فندق	1999/12/07	36	15	32.330.090.00	47%
02	حسنة كمال	فندق	2005/03/28	100	50	145.132.500.00	98%
03	ثابت عبد القادر	فندق	2007/02/11	154	21	84.235.000.00	45%
04	دوار عبد الحميد	فندق	2008/01/15	118	20	70.000.000.00	55%
05	بركات عزوز	فندق	2008/04/28	66	24	38.713.500.00	70%
06	حكيمي نور الدين	فندق	2008/04/28	41	12	28.101.676.92	70%
07	مشتة العمري و خليفة	فندق	2008/09/28	28	15	25.739.700.00	100%
08	شرفة ياسين	فندق	2009/04/25	294	60	534.834.727.34	35%
09	كريد سمير	فندق	2009/06/20	168	50	278.164.000.00	27%
10	شركة تاج المودة	فندق	2011/03/15	74	36	80.200.000.00	50%
11	شراقي محمد الشريف وابناؤه	فندق	2008/01/15	113	46	332.787.350.00	5%
12	الاخوة بن سكة	فندق	2008/09/01	196	50	610.000.000.00	5%
13	قاسمي عادل	فندق	2008/09/01	154	46	171.716.637.00	5%
14	كنفاري رشيد	فندق	2009/04/11	338	100	4.500.000.000.00	35%
15	خرشي عبد الله	فندق	2009/05/09	144	65	350.004.000.00	17%
16	عيشور بداوي	فندق	2009/05/09	42	10	25.127.380.00	40%
17	كرف الله لمنور	فندق	2009/07/15	113	16	140.110.000.00	35%
18	عبيد مراد	فندق	2010/02/03	76	20	92.850.000.00	5%
19	سعيد عمار	مبنى سياحي	2009/10/26	40	43	232.164.800.00	98%
20	فرادي مسعود	فندق	2010/03/03	86	20	70.000.000.00	30%
21	نمسي سليم واخوانه	فندق	2010/07/21	156	78	18.000.000.00	5%
22	قرشوش فضيل	فندق	2010/07/18	50	10	96.376.400.00	5%
23	مقولاتي لعباسي	فندق	2010/10	40	10	49.100.000.00	5%
24	زراغي محمود	فندق	2010/11/30	60	10	26.881.185.00	42%
25	بقلي ارزقي	فندق	2010/11/02	50	25	102.000.000.00	5%
26	رياش مسعود	فندق	2006/06/14	48	49	155.790.900.00	11%
27	رحماني ميلود	فندق	2006/11/15	38	25	26.090.000.00	10%
28	محنون لعربي	فندق	2005/03/28	96	46	275.288.896.00	40%
29	بلعكري رشيد		2011/02/27	129	55	118.462.654.00	45%
30	عبد العزيز	فندق	2010/04/12	36	7	21.900.000.00	30%

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

من خلال الجدول نلاحظ ان عدد المشاريع السياحية وزعت على النحو التالي :

1- مشاريع سياحية في طور الانجاز :

عدها 25 مشروعا سياحيا وقد تراوح معدل الانجاز بين 05% إلى 95% هذه المشاريع سوف تدعم الحظيرة الفندقية للولاية بطاقة إيواء إضافية تقدر 2775 سريرا ، كما تسمح بخلق مناصب شغل مباشر تقارب 867 منصب شغل، وتقدر التكلفة المبدئية لانجازها 9186 مليون دينار جزائري .
اما نوعية هذه المشاريع فكانت بين فنادق جديدة ومشاريع إعادة تهيئة لفنادق قديمة .

2- مشاريع سياحية متوقفة :

وقدر عدد المشاريع المتوقفة بثلاث مشروعات بتكلفة مبدئية تقدر بـ 224 مليون دج هذه المشاريع بلغت نسبة انجاز معدل متوسط يقدر بـ 22,3 % ، وهي متوقع لها ان تضيف 110 سريرا للطاقة الفندقية بالولاية، وتسمح بخلق ما يقارب 72 منصب شغل، كما صنفتم نوعية المشروعات المتوقفة في كونها فنادق جديدة . (1)

3- مشاريع منتهية :

عرفت بداية 2011 انتهاء مشروعات سياحيين بلغت تكلفة انجازها 108 مليون دينار جزائري تساهم في خلق 31 منصب شغل مباشر جديد، مع توسيع طاقات الإيواء بـ 114 سريرا علما ان هذه المشاريع كان جلها ممولا بتمويلات خارجية تمثلت في قروض بنكية .

¹ مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف.

الجدول رقم 05: قائمة المستثمرين الطالبين للقرض البنكي

الرقم	اسم المستثمر	طبيعة المشروع	الموقع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	الدرجة المرجوة	مبلغ المشروع	نسبة تقدم الأشغال	تاريخ الموافقة المبدئية	اعتماد المستثمر
01	حداد عبد الوهاب	فندق بناء جديد	عين عباس	36	15	-	32.330.090.00	47%	1999/07	11.315.531.50
02	حسنه كمال	فندق اعادة تهيئة	العلمة	100	50	-	145.132.500.00	98%	2005/03/28	58.053.000.00
03	محنون العربي	فندق بناء جديد	واد بوسلام سطيف	96	27	-	275.288.896.00	29%	2005/03/28	120.561.669.00
04	زراعي محمود	فندق اعادة تهيئة	سطيف	60	10	-	26.881.185.00	42%	2008/01/15 2010/11/30	8.081.185.00
05	دوار عبد الحميد	فندق اعادة تهيئة	سطيف	118	20	*3	70.000.000.00	50%	2008/01/15	35.000.000.00
06	شراقي محمد الشريف وايناؤه	فندق بناء جديد	سطيف	113	46	*4	332.787.350.00	05%	2008/01/15	100.287.350.00
07	لمطاعي سليمة	فندق اعادة تهيئة	عين الصفيحة	24	13	-	43.500.000.00	16%	2004/02/28	13.050.000.00
08	الاخوة بن سكة	فندق بناء جديد	سطيف	196	50	-	610.000.000.00	07%	2008/09/01	183.000.000.00
09	مشتة العمري وخليفة	فندق اعادة تهيئة	عين أزال	28	15	*2	25.739.700.00	100%	2008/09/28	6.122.000.00
10	شرفة ياسين	فندق بناء جديد	العلمة	294	60	*3	534.834.727.34	30%	2009/04/25	25.127.380.00
11	خرشي عبد الله	فندق بناء جديد	العلمة	144	65	-	350.004.000.00	15%	2009/05/09	192.502.200.00
12	قريد سمير	فندق بناء جديد	سطيف	168	50	*3	278.164.000.00	25%	2009/06/20	104.000.000.00
13	كرف الله لمنور	فندق اعادة تهيئة	العلمة	113	16	-	140.110.000.00	35%	2009/07/15	100.110.000.00
14	ثابت عبد القادر	فندق بناء جديد	سطيف	154	21	-	84.235.000.00	29%	2006/11/29 2010/07/18	42.117.500.00

المصدر : مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية سطيف

من جدول نلاحظ أن عدد الاستثمارات السياحية التي لجأ أصحابها إلى طلب قروض بنكية لإتمام مشاريعهم 14 مشروع سواء تعلق الأمر بإعادة تهيئة لفنادق قديمة، أو في تمويل مشاريع جديدة .

لقد بلغت التكلفة المبدئية الإجمالية لانجاز هذه المشاريع 2950 مليون دينار جزائري، كما بلغت مساهمة المستثمرين حوالي 1000 مليون دينار جزائري، أي أن نسبة التمويل البنكي لهذه المشاريع تجاوزت معدل 66 % من إجمالي تكلفة انجاز هذه المشاريع .

جدول رقم 06: عدد المشاريع التي استفادت من اتفاقيات مع البنوك و المؤسسات المالية

الولايات	العدد	قدرات الاستيعاب		مناصب الشغل
		الغرف	الأسرة	
سطيف	21	1181	2336	904

لقد استفادت عدد يقدر بـ 21 مشروعا من اتفاقيات القروض البنكية حيث تسمح هذه المشاريع بإضافة قدرة استيعابية تقدر بـ 1181 غرفة تحتوي على 2336 سرير، وتسمح بخلق 904 منصب شغل.

علما ان من ضمن هذه المشاريع يوجد أربع مشاريع قد انتهت عملية إنجازها مع بداية 2012، سمحت برفع طاقات الاستقبال بـ 653 سرير وتوفير 185 منصب شغل.

مما يسمح من خلق بنية تحتية للولاية في مجال السياحة التي تجعلها في المراكز الأولى على مستوى الوطن.

وتساعد على جذب السياح لاكتشاف ميزات الولاية من خلال توفير الراحة والإيواء ومقومات السياحة.

التحليل الرباعي لواقع السياحة في ولاية سطيف

مفهوم التحليل الاستراتيجي SWOT: إن الهدف من التحليل الإستراتيجي هو تحقيق ما يلي :- تعظيم نقاط القوة - تعظيم الاستفادة من الفرص - إصلاح نقاط الضعف - مواجهة التهديدات, والنموذج المستخدم في التحليل لتحديد الموقف الإستراتيجي يعرف بالنموذج الثنائي أو النموذج المزدوج للبيئة والأداء أو النموذج الرباعي للفرص والتهديدات ونقاط القوة ونقاط الضعف.

المحيط الداخلي:

• نقاط القوة :

- ✓ الموقع الاستراتيجي وتنوع المنتجات السياحية
- ✓ وجود صناعات تقليدية داعمة للقطاع
- ✓ الشروع في انجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية

• نقاط الضعف:

- ✓ ضعف طاقات الإيواء وتمركزها في عاصمة الولاية
- ✓ نقص التكوين و التأهيل لمستخدمي القطاع .
- ✓ غياب الشرطة السياحية .
- ✓ نقص الوعي بالثقافة السياحية لدى المواطن
- ✓ ارتفاع أسعار الخدمات مقارنة بمستوى الجودة

✓ بعد مرافق الإيواء عن المقاصد السياحية

✓ قلة الاستثمارات السياحية في الولاية مقارنة بحجمها وإمكاناتها السياحية.

التوقف المبكر للنشاطات التجارية بالمدينة، حيث تصبح كأنها مشلولة بعد الثامنة ليلا.

المحيط الخارجي:

• الفرص:

✓ التعاون والشرابة بين الجامعة ومديرية السياحة .

✓ توفر الولاية على مقاصد سياحية مصنفة عالميا.

✓ تنوع شبكة النقل (مطار دولي ،سكك حديدية ،طرق برية وطنية)

✓ ربط الولاية بالطريق السيار شرق - غرب.

✓ تمثل الولاية قطب صناعي وتجاري هام وطنيا.

التحفيزات الممنوحة للقطاع ضمن برامج السياسة الوطنية (الإعفاءات الجبائية، المرافقة في التمويل

....الخ).

• التهديدات:

✓ منافسة المناطق المجاورة للولاية، والتي تتشابه معها من حيث المقومات السياحية.

✓ تأثر المواقع السياحية بالتوسع العمراني، (جميلة).

✓ ضعف عنصر الأمن السياحي .

✓ قرب الوجهة السياحية التونسية كمقصد تنافسي مهدد للسياحة الداخلية .

✓ التأخر في تفعيل مخطط تمويل قطاع السياحة.

خلاصة الفصل الثالث :

على ضوء ما تم التعرض إليه في هذا الفصل والذي يخص الجانب التنموي للقطاع السياحي للولاية سطيف، وما تضمنه من استعراض وتحليل للجوانب المختلفة له يمكن التوصل إلى:

أن هناك تنامي في الاهتمام بقطاع السياحة لولاية سطيف والتي تتمتع بإمكانيات سياحية كبيرة نظرا لغنى تراثها الثقافي وحدثة قطاعها السياحي المتمثل في السياحة الترفيهية والثقافية والتسوق...الخ.

وبغية تحقيق نمو سريع في هذا القطاع حفزت الولاية مشاركة القطاع الخاص وقدمت له مجموعة متنوعة من الحوافز لزيادة هذه المشاركة، وقد كان قطاع السياحة في طليعة القطاعات الاقتصادية للولاية الذي فتح باب المشاركة للقطاع الخاص ضمن إطار عملية برامج التنمية وبرامج الاستثمار في القطاع السياحي للولاية.

وما يمكن التوصل إليه أن برامج التنمية في القطاع السياحي لولاية سطيف يعمل وبدرجة كبيرة على المساهمة في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات وذلك من خلال التأثير الإيجابي على إنتاجية هذه المؤسسات باعتبارها من مؤشرات التنافسية، بالإضافة إلى العوائد التي تجنيها المؤسسات من وراء استثمارها في هذا المجال.

كما أن معظم الدراسات من هذا النمط الخاصة بولاية سطيف تؤكد على ضرورة تهيئة المناخ المناسب بغية توسيع الاستثمار في القطاع السياحي للولاية والاستفادة من مزاياها وهذه العملية من شأنها التأثير على القدرة التنافسية لهذا القطاع خاصة في ظل برامج التنمية التي تسعى الولاية لتفعيله مع إشراك القطاع الخاص في عملية التنمية الشاملة.

الخاتمة العامة

في ختامنا لهذه الدراسة ، نصل إلى أن السياحة لها دور مهم في زيادة النمو الاقتصادي نظرا لما تحتله ضمن مكونات الصادرات الخدمية ، وبالتالي تساهم في تقليص البطالة ، إذ لا يمكن للجزائر أن تهمل هذا القطاع خاصة وأن تنويع الاقتصاد والموارد على الصعيد المحلي ضرورة لا بد منها.

من أجل تحقيق ذلك يجب منح مكانة أكبر للسياحة في إطار السياسة التنموية العامة ، كما يجب على السياسة الوطنية للسياحة أن تركز على مخطط رئيسي للتنمية على المدى الطويل والسمهر على توافقه مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بتحديد الأولويات في مناطق التوسع السياحي وفي أشكال السياحة التي يجب ترفيتها.

وكون السياسة السياحية يجب أن تكتسي طابع السياسة الوطنية في برنامج الحكومة ، ينبغي إعادة النظر في الإطار العام للتنظيم بمراعاة الاختيارات الإستراتيجية الكبرى و الأهداف العامة للمخطط الرئيسي و تحويلها إلى أهداف وسيطية وقطاعية ضمن تقسيم المهام بين الدولة و المتعاملين الخواص والسعي لتنمية الاستثمار السياحي والذي نجده يتركز على المشروعات الفندقية مع إهمال الأنواع الأخرى من المشاريع السياحية، بالإضافة إلى تحسين الخدمات والتسهيلات المتعلقة بالنقل، الحرف، الصناعات التقليدية وأنشطة التسويق وتنسيقها مع مختلف وكالات السياحة و السفر المحلية والأجنبية في الداخل و الخارج.

فبالرغم من الإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر نجد أن هذا القطاع يعاني من عدة مشاكل حالت دون تطوره، و التي وقفت حجر عثرة أمام المستثمرين لدخول هذا المجال وتحقيق المردودية التي كان يفترض أن تتحقق، ويمكن تلخيص تلك المشاكل في:

1- الضعف و التأخر الذي عانى منه القطاع بسبب قلة الاهتمام به ، ففي أغلب المخططات التنموية أعطيت الأولوية للقطاع الصناعي ، وهذا ما أدى إلى ضعف البنية التحتية للقطاع ، كما أن المنشآت

السياحية لم تعرف تطورا كبيرا سواء بالنسبة للقطاع العام أو القطاع الخاص، رغم كل التدابير القانونية خاصة المتخذة من طرف الدولة للاستثمار في السياحة.

2- إهمال المعالم التاريخية وتدهورها، كما أن المنتجات التقليدية و الحرفية تعاني من مشاكل خصوصا في مجال تسويقها وكذا الحصول على المواد الأولية.

3- مشاكل التسيير التي صادفها القطاع منذ الاستقلال، فأغلب مؤسساته تابعة للقطاع العام حيث كانت تحقق عجزا ماليا كبيرا، كما أن معظمها يحتاج إلى إصلاحات كثيرة.

كل هذه المشاكل أدت إلى ضعف و تأخر هذا القطاع، ومن أجل ذلك فقد سطرت السلطات المعنية برنامجا يهدف إلى ترقية وتنشيط السياحة الجزائرية ويرتكز على عدة محاور، يتمثل المحور الأول في رفع قدرات الإيواء عن طريق الاستثمار والخصوصية والشراكة وتنويع العرض، أما المحور الثاني لهذا البرنامج فإنه يركز على تدعيم النوعية وذلك بتحسين الخدمة المقدمة و المحيط السياحي وتكوين الموارد البشرية، أما المحور الثالث فيرتبط بتحسين صورة الجزائر السياحية في الخارج.

هذا بالإضافة إلى الإصلاحات التي عمدت الدولة القيام بها وذلك بمحاولة تكييف القوانين مع مقتضيات السوق، و التي من شأنها أن تمنح تحفيزات و ضمانات للمستثمرين الوطنيين و الأجانب العموميين و الخواص، كما أنشأت عدة هيئات لتدعيم الاستثمار بشكل عام مثل :الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب والصندوق الوطني للتأمين على البطالة، أما في المجال السياحي فقد تم إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحة و التي تهتم بالعقار السياحي و المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ، كما تم تحديد مناطق التوسع السياحي وقائمة المشاريع المتعلقة بالحمامات المعدنية المعروضة للاستثمار ولكن بالرغم من ذلك فإن المشاريع السياحية كانت ضعيفة ، ومن أجل تسليط الضوء أكثر على نتائج هذه الإجراءات على المجال السياحي ؛ سوف نحاول معرفة ذلك من خلال

دراسة لحالة الاستثمارات السياحية بولاية سطيف والتي تعتبر من بين أهم المناطق السياحية في الجزائر.

إن هذه الدراسة و التي تناولنا فيها دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ومن خلال معطيات المديرية الولائية للسياحة بالولاية ، فقد سمحت لنا بالوصول إلى عدة نتائج نذكر منها :

أولاً: نتائج الدراسة

- 1- مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التجارية.
- 2- نقص الاحترافية والحواجز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي خصوصا في مناطق التوسع السياحي وعدم تهيئته، كما أن المناطق الأخرى تكون غير مناسبة لإقامة المشاريع السياحية عليها ، وهذا ما أدى في كثير من الحالات إلى رفض البنك تمويل مثل هذه المشاريع.
- 3- رغم المشاكل التي قد تحدث للبنك عند تمويله لهذه المشاريع و التي تتميز بالموسمية إلا أنه قد قام بتمويل كل المشاريع التي تحققت فيها الشروط التي يطلبها وذلك بالاعتماد على الضمانات المقدمة، لكن ذلك لم ينف حدوث مشاكل ،خصوصا مع نقص المتابعة الميدانية من طرف البنك.
- 4- رغم أن الدولة وضعت صندوق ضمان مخاطر القروض، إلا أنه لم يتم تدخله في تعويض البنك في المجال السياحي.
- 5- لم يواجه البنك حالات كثيرة لعدم دفع المستحقات وهذا ما يدل على . استفادة المستثمرين من الامتيازات البنكية وغير البنكية المتمثلة في أسعار الفائدة المدعمة و كذا المزايا جبائية وشبه جبائية من طرف الهيئات الداعمة .
- 6- رغم الإجراءات المتخذة من طرف الدولة و التي تتعلق بتحديد الحد الأقصى للتمويل من طرف البنك للمشاريع بصفة عامة و التي تتم في إطار هيئات الدعم ،لكننا نجد أن البنك لم يقم بتطبيقها إلا سنة 2005

لتبقى السنوات السابقة غير مطبقة وهذا ما يدل على أن البنك خلال التسعينات كان متحفظا في تمويل مثل هذه المشاريع.

ثانيا: الاقتراحات

يمكن إدراج جملة من الاقتراحات و التي من شأنها أن تخفف من المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي سواء على المستوى الوطني أو على مستوى ولاية سطيف والذي يحفز المستثمرين وكذا البنوك للدخول أكثر في هذا المجال:

1- العمل على إزالة المعوقات التي تواجه النشاط السياحي في الجزائر و استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة بكفاءة وفعالية، وذلك من خلال إعطاء الأولوية للقطاع الخاص مع احتفاظ السلطة العمومية بوظيفة التخطيط المرن و المراقبة.

2- أن يتم تحديد وتوزيع الاستثمارات حسب النشاطات و المناطق و أن يتم وضع مخططات للتهيئة مع الأخذ في عين الاعتبار الاتجاهات و التعليمات المتعلقة بحماية البيئة مع مراعاة التنمية المستدامة.

3- العمل على معالجة المشكلات الإدارية التي تواجه عملية الترقية السياحية وخاصة مشكلة التضارب في المهام بين الأجهزة المحلية و المركزية.

4- تنمية الكفاءات البشرية بالشكل الذي يمكن من ممارسة النشاط السياحي بشكل سليم وتكثيف عمليات التكوين وتكييفها مع القطاع بكامله الاستقبال، الإعلام، النقل، خدمات الإطعام... الخ.

5- توفير الشروط التحفيزية للاستثمار من خلال القرض الفندقي الموجه للمستثمرين في قطاع السياحة على اعتبار أن القطاع يتطلب أموال ضخمة وإنشاء صندوق لضمان الاستثمارات السياحية.

6- نظرا لتوفر الجزائر على ثروات سياحية كبيرة ومتنوعة، فيجب القيام بعملية جرد لهذه الثروات وتصنيفها وترتيبها حسب الأهمية و الاعتماد على الأسس العلمية، وأن يتم إقامة دراسات الجدوى من أجل

تقييم المستثمرين من حيث التأثير الاجتماعي و الاقتصادي و انعكاساتها على الطبيعة و البيئة.

7- ضرورة الاهتمام بالحمامات المعدنية وتجهيزها وتنميتها وإقامة وسائل الاستقبال و الإيواء الضرورية وذلك نظرا لاحتياجات المواطنين الجزائريين و السياح الأجانب إلى هذا النوع من السياحة ،خاصة في مجال العلاج و الاستجمام.

8- محاولة الاهتمام بالسياحة الآثار لما تكتسبه من أهمية كبيرة لاسيما في تطوير السياحة الدولية ،كما يجب زيادة منشآت الإيواء لأنها تعاني من نقص كبير فيما يخص جودة الخدمات.

9- بث الثقافة السياحية والوعي السياحي لدى السكان وذلك من خلال إثراء البرامج المدرسية والإعلام وما يساهم به من نشر لهذه الثقافة ،وذلك لأن مساهمة السكان المحليين يعتبر شرطا أساسيا في نجاح ترقية السياحة، ومن خلال مساهمتهم في توفير المناخ الملائم للسياح ،كما أنهم يشكلون أفضل ضمان للدفاع عن التراث السياحي و تنميته.

10- لا يمكن تحقيق التنمية السياحية دون توفير نشاطات الدعم وتلك المرتبطة بها مثل: النقل السياحي و الصناعات التقليدية و التنشيط الثقافي و الرياضي والفني بالإضافة إلى النظافة و الأمن... الخ، وذلك لما لها من أثر كبير على تحسين مستوى الخدمة وجعلها قادرة على التنافس وتوسيع السياحة الدولية.

11 - إن دور الدولة له أثر كبير على تحقيق المنافسة من خلال وضعها للمقاييس بحيث تتناسب والمتطلبات الدولية و السهر على تنفيذها.

12- ضرورة تشجيع الاستثمار والشراكة الأجنبية وتكثيف عقود التسيير مع مجموعات فندقية ذات شهرة عالية.

13- إن الجهود الرامية لترقية السياحة ستظل ضعيفة إذا لم يتبعها إجراءات تخفيف فيما يتعلق بشروط الدخول إلى الجزائر ، من جهة أخرى لابد من تحسين النظام الإعلامي و الاتصالي و إعادة فتح التمثيليات السياحية في الخارج و التي تشكل أساس لهذه العملية.

14- تحسين نظام الإعلام الإحصائي من خلال جمع أفضل للمعلومات و توفيرها بشكل يسمح لأصحاب

المشاريع الراغبين في الاستثمار في هذا القطاع من استخدامها في تقييم مشاريعهم.

15- من أجل ترقية الاستثمارات فانه من الضروري تكييف الأدوات التشريعية و التنظيمية ، وكذا

الآليات التمويلية التي تتناسب مع خصوصية القطاع ومتطلبات اقتصاد السوق مع الأخذ في عين الاعتبار

منافسة البلدان المجاورة و التي لديها شروط استثمار أكثر جاذبية.

16- إنشاء بنوك متخصصة و تكييف الإجراءات التحفيزية لتخطي صعوبات الاستثمار في القطاع

خصوصا تلك المتعلقة بالعقار السياحي ،فيجب أن تتوفر لدى القطاع الوسائل الملائمة لتسييره ومعالجة

هذا المشكل الذي يعرقل تنمية التوسع السياحي والمحافظة عليه.

17- أن أهم شيء ندعوا إليه وبإصرار لتحقيقه هو الأمن السياحي كونه عامل أساسي في تنشيط

وازدهار السياحة الداخلية والسياحة الوافدة ، فدون امن لا يمكن انتصار النجاح.

قائمة المراجع

في ختامنا لهذه الدراسة ، نصل إلى أن السياحة لها دور مهم في زيادة النمو الاقتصادي نظرا لما تحتله ضمن مكونات الصادرات الخدمية ، وبالتالي تساهم في تقليص البطالة ، إذ لا يمكن للجزائر أن تهمل هذا القطاع خاصة وأن تنويع الاقتصاد والموارد على الصعيد المحلي ضرورة لا بد منها.

من أجل تحقيق ذلك يجب منح مكانة أكبر للسياحة في إطار السياسة التنموية العامة ، كما يجب على السياسة الوطنية للسياحة أن تركز على مخطط رئيسي للتنمية على المدى الطويل والسمهر على توافقه مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بتحديد الأولويات في مناطق التوسع السياحي وفي أشكال السياحة التي يجب ترفيتها.

وكون السياسة السياحية يجب أن تكتسي طابع السياسة الوطنية في برنامج الحكومة ، ينبغي إعادة النظر في الإطار العام للتنظيم بمراعاة الاختيارات الإستراتيجية الكبرى و الأهداف العامة للمخطط الرئيسي و تحويلها إلى أهداف وسيطية وقطاعية ضمن تقسيم المهام بين الدولة و المتعاملين الخواص والسعي لتنمية الاستثمار السياحي والذي نجده يتركز على المشروعات الفندقية مع إهمال الأنواع الأخرى من المشاريع السياحية، بالإضافة إلى تحسين الخدمات والتسهيلات المتعلقة بالنقل، الحرف، الصناعات التقليدية وأنشطة التسويق وتنسيقها مع مختلف وكالات السياحة و السفر المحلية والأجنبية في الداخل و الخارج.

فبالرغم من الإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر نجد أن هذا القطاع يعاني من عدة مشاكل حالت دون تطوره، و التي وقفت حجر عثرة أمام المستثمرين لدخول هذا المجال وتحقيق المردودية التي كان يفترض أن تتحقق، ويمكن تلخيص تلك المشاكل في:

1- الضعف و التأخر الذي عانى منه القطاع بسبب قلة الاهتمام به ، ففي أغلب المخططات التنموية أعطيت الأولوية للقطاع الصناعي ، وهذا ما أدى إلى ضعف البنية التحتية للقطاع ، كما أن المنشآت

السياحية لم تعرف تطورا كبيرا سواء بالنسبة للقطاع العام أو القطاع الخاص، رغم كل التدابير القانونية خاصة المتخذة من طرف الدولة للاستثمار في السياحة.

2- إهمال المعالم التاريخية وتدهورها، كما أن المنتجات التقليدية و الحرفية تعاني من مشاكل خصوصا في مجال تسويقها وكذا الحصول على المواد الأولية.

3- مشاكل التسيير التي صادفها القطاع منذ الاستقلال، فأغلب مؤسساته تابعة للقطاع العام حيث كانت تحقق عجزا ماليا كبيرا، كما أن معظمها يحتاج إلى إصلاحات كثيرة.

كل هذه المشاكل أدت إلى ضعف و تأخر هذا القطاع، ومن أجل ذلك فقد سطرت السلطات المعنية برنامجا يهدف إلى ترقية وتنشيط السياحة الجزائرية ويرتكز على عدة محاور، يتمثل المحور الأول في رفع قدرات الإيواء عن طريق الاستثمار والخصوصية والشراكة وتنويع العرض، أما المحور الثاني لهذا البرنامج فإنه يركز على تدعيم النوعية وذلك بتحسين الخدمة المقدمة و المحيط السياحي وتكوين الموارد البشرية، أما المحور الثالث فيرتبط بتحسين صورة الجزائر السياحية في الخارج.

هذا بالإضافة إلى الإصلاحات التي عمدت الدولة القيام بها وذلك بمحاولة تكييف القوانين مع مقتضيات السوق، و التي من شأنها أن تمنح تحفيزات و ضمانات للمستثمرين الوطنيين و الأجانب العموميين و الخواص، كما أنشأت عدة هيئات لتدعيم الاستثمار بشكل عام مثل :الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب والصندوق الوطني للتأمين على البطالة، أما في المجال السياحي فقد تم إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحة و التي تهتم بالعقار السياحي و المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية، كما تم تحديد مناطق التوسع السياحي وقائمة المشاريع المتعلقة بالحمامات المعدنية المعروضة للاستثمار ولكن بالرغم من ذلك فإن المشاريع السياحية كانت ضعيفة، ومن أجل تسليط الضوء أكثر على نتائج هذه الإجراءات على المجال السياحي؛ سوف نحاول معرفة ذلك من خلال

دراسة لحالة الاستثمارات السياحية بولاية سطيف والتي تعتبر من بين أهم المناطق السياحية في الجزائر.

إن هذه الدراسة و التي تناولنا فيها دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ومن خلال معطيات المديرية الولائية للسياحة بالولاية ، فقد سمحت لنا بالوصول إلى عدة نتائج نذكر منها :

أولاً: نتائج الدراسة

- 1- مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التجارية.
- 2- نقص الاحترافية والحواجز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي خصوصا في مناطق التوسع السياحي وعدم تهيئته، كما أن المناطق الأخرى تكون غير مناسبة لإقامة المشاريع السياحية عليها ، وهذا ما أدى في كثير من الحالات إلى رفض البنك تمويل مثل هذه المشاريع.
- 3- رغم المشاكل التي قد تحدث للبنك عند تمويله لهذه المشاريع و التي تتميز بالموسمية إلا أنه قد قام بتمويل كل المشاريع التي تحققت فيها الشروط التي يطلبها وذلك بالاعتماد على الضمانات المقدمة، لكن ذلك لم ينف حدوث مشاكل ،خصوصا مع نقص المتابعة الميدانية من طرف البنك.
- 4- رغم أن الدولة وضعت صندوق ضمان مخاطر القروض، إلا أنه لم يتم تدخله في تعويض البنك في المجال السياحي.
- 5- لم يواجه البنك حالات كثيرة لعدم دفع المستحقات وهذا ما يدل على . استفادة المستثمرين من الامتيازات البنكية وغير البنكية المتمثلة في أسعار الفائدة المدعمة و كذا المزايا جبائية وشبه جبائية من طرف الهيئات الداعمة .
- 6- رغم الإجراءات المتخذة من طرف الدولة و التي تتعلق بتحديد الحد الأقصى للتمويل من طرف البنك للمشاريع بصفة عامة و التي تتم في إطار هيئات الدعم ،لكننا نجد أن البنك لم يقم بتطبيقها إلا سنة 2005

لتبقى السنوات السابقة غير مطبقة وهذا ما يدل على أن البنك خلال التسعينات كان متحفظا في تمويل مثل هذه المشاريع.

ثانيا: الاقتراحات

يمكن إدراج جملة من الاقتراحات و التي من شأنها أن تخفف من المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي سواء على المستوى الوطني أو على مستوى ولاية سطيف والذي يحفز المستثمرين وكذا البنوك للدخول أكثر في هذا المجال:

1- العمل على إزالة المعوقات التي تواجه النشاط السياحي في الجزائر و استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة بكفاءة وفعالية، وذلك من خلال إعطاء الأولوية للقطاع الخاص مع احتفاظ السلطة العمومية بوظيفة التخطيط المرن و المراقبة.

2- أن يتم تحديد وتوزيع الاستثمارات حسب النشاطات و المناطق و أن يتم وضع مخططات للتهيئة مع الأخذ في عين الاعتبار الاتجاهات و التعليمات المتعلقة بحماية البيئة مع مراعاة التنمية المستدامة.

3- العمل على معالجة المشكلات الإدارية التي تواجه عملية الترقية السياحية وخاصة مشكلة التضارب في المهام بين الأجهزة المحلية و المركزية.

4- تنمية الكفاءات البشرية بالشكل الذي يمكن من ممارسة النشاط السياحي بشكل سليم وتكثيف عمليات التكوين وتكييفها مع القطاع بكامله الاستقبال، الإعلام، النقل، خدمات الإطعام... الخ.

5- توفير الشروط التحفيزية للاستثمار من خلال القرض الفندقي الموجه للمستثمرين في قطاع السياحة على اعتبار أن القطاع يتطلب أموال ضخمة وإنشاء صندوق لضمان الاستثمارات السياحية.

6- نظرا لتوفر الجزائر على ثروات سياحية كبيرة ومتنوعة، فيجب القيام بعملية جرد لهذه الثروات وتصنيفها وترتيبها حسب الأهمية و الاعتماد على الأسس العلمية، وأن يتم إقامة دراسات الجدوى من أجل

تقييم المستثمرين من حيث التأثير الاجتماعي و الاقتصادي و انعكاساتها على الطبيعة و البيئة.

7- ضرورة الاهتمام بالحمامات المعدنية وتجهيزها وتنميتها وإقامة وسائل الاستقبال و الإيواء الضرورية وذلك نظرا لاحتياجات المواطنين الجزائريين و السياح الأجانب إلى هذا النوع من السياحة ،خاصة في مجال العلاج و الاستجمام.

8- محاولة الاهتمام بالسياحة الآثار لما تكتسبه من أهمية كبيرة لاسيما في تطوير السياحة الدولية ،كما يجب زيادة منشآت الإيواء لأنها تعاني من نقص كبير فيما يخص جودة الخدمات.

9- بث الثقافة السياحية والوعي السياحي لدى السكان وذلك من خلال إثراء البرامج المدرسية والإعلام وما يساهم به من نشر لهذه الثقافة ،وذلك لأن مساهمة السكان المحليين يعتبر شرطا أساسيا في نجاح ترقية السياحة، ومن خلال مساهمتهم في توفير المناخ الملائم للسياح ،كما أنهم يشكلون أفضل ضمان للدفاع عن التراث السياحي و تنميته.

10- لا يمكن تحقيق التنمية السياحية دون توفير نشاطات الدعم وتلك المرتبطة بها مثل: النقل السياحي و الصناعات التقليدية و التنشيط الثقافي و الرياضي والفني بالإضافة إلى النظافة و الأمن... الخ، وذلك لما لها من أثر كبير على تحسين مستوى الخدمة وجعلها قادرة على التنافس وتوسيع السياحة الدولية.

11 - إن دور الدولة له أثر كبير على تحقيق المنافسة من خلال وضعها للمقاييس بحيث تتناسب والمتطلبات الدولية و السهر على تنفيذها.

12- ضرورة تشجيع الاستثمار والشراكة الأجنبية وتكثيف عقود التسيير مع مجموعات فندقية ذات شهرة عالية.

13- إن الجهود الرامية لترقية السياحة ستظل ضعيفة إذا لم يتبعها إجراءات تخفيف فيما يتعلق بشروط الدخول إلى الجزائر ، من جهة أخرى لابد من تحسين النظام الإعلامي و الاتصالي و إعادة فتح التمثيليات السياحية في الخارج و التي تشكل أساس لهذه العملية.

14- تحسين نظام الإعلام الإحصائي من خلال جمع أفضل للمعلومات و توفيرها بشكل يسمح لأصحاب

المشاريع الراغبين في الاستثمار في هذا القطاع من استخدامها في تقييم مشاريعهم.

15- من أجل ترقية الاستثمارات فانه من الضروري تكييف الأدوات التشريعية و التنظيمية ، وكذا

الآليات التمويلية التي تتناسب مع خصوصية القطاع ومتطلبات اقتصاد السوق مع الأخذ في عين الاعتبار

منافسة البلدان المجاورة و التي لديها شروط استثمار أكثر جاذبية.

16- إنشاء بنوك متخصصة و تكييف الإجراءات التحفيزية لتخطي صعوبات الاستثمار في القطاع

خصوصا تلك المتعلقة بالعقار السياحي ،فيجب أن تتوفر لدى القطاع الوسائل الملائمة لتسييره ومعالجة

هذا المشكل الذي يعرقل تنمية التوسع السياحي والمحافظة عليه.

17- أن أهم شيء ندعوا إليه وبإصرار لتحقيقه هو الأمن السياحي كونه عامل أساسي في تنشيط

وازدهار السياحة الداخلية والسياحة الوافدة ، فدون امن لا يمكن انتصار النجاح.