



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: بنوك

دور البنوك في تطوير القطاع السياحي حالة ولاية الوادي

تحت إشراف الأستاذ:

رضا زهواني

إعداد الطالبة :

شراح جميلة

لجنة المناقشة

رئيسا

مشرفا ومقررا

ممتحنا

أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي

أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي

أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي

موسى جديدي

رضا زهواني

عبد الله عساشي

السنة الجامعية: 2015/2014



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: بنوك

دور البنوك في تطوير القطاع السياحي حالة ولاية الوادي

تحت إشراف الأستاذ:

رضا زهواني

إعداد الطالبة :

شراح جميلة

لجنة المناقشة

رئيسا
مشرفا ومقررا
ممتحنا

أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي
أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي
أستاذ مساعد صنف أ بجامعة الوادي

موسى جديدي
رضا زهواني
عبد الله عساشي

السنة الجامعية: 2015/2014



كلمة شكر

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الاخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود الى
اعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير
باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الامة من جديد

وقبل ان نمضي اقدم اسمى ايات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة الى

الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة

الى جميع اساتذتنا الكرام

واخص بالتقدير والشكر الاستاذ الفاضل رضا زهواني

وكل من ساعدني في اعداد هذا البحث

الأهداء

الى التي يعجز لساني بذكرها و تفر عيني لرؤيتها و يفيض قلبي لحضنها الى
مثال الحب و التضحية الى الوجه الطافح حبا وحنانا وجمالا امي الغالية

الى ابي الغالي اطال الله في عمره وجعله لي فخرا ومعزة

الى الذي وفا بوعدده و سما به و اعانني على وصول مبتغايا و عوض مكان

والدي و اوصل الامانة بكل صدق و وفاء و إخلاص زوجي العزيز

الى من انتظروا نجاحي و تفوقني الى من عشت معهم دفء العائلة اخوتي

وأخواتي

إلى عائلتي الثانية عائلة زوجي

الى كل معلم و طالب علم

اهدي ثمرة هذا الجهد

فہرست و اختصار

الصفحة	البيان
VI	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
أ-د	المقدمة
الفصل الأول : عموميات حول السياحة	
02	مقدمة الفصل
02	المبحث الأول: السياحة مفهومها تطورها و أهميتها وعوامل الجذب السياحي
02	المطلب الأول: مفهوم السياحة وتطورها
06	المطلب الثاني: أهمية السياحة
12	المطلب الثالث: عوامل الجذب السياحي
14	المبحث الثاني: عوامل ومحددات السوق السياحية
14	المطلب الأول: الطلب السياحي
18	المطلب الثاني: العرض السياحي
20	خلاصة الفصل
22	الفصل الثاني: دور البنوك التجارية في تمويل وتطوير قطاع السياحة في الجزائر
23	مقدمة الفصل
23	المبحث الأول: عموميات حول البنوك والإصلاح المالي
23	المطلب الأول: مفهوم البنوك نشأتها وتطورها
25	المطلب الثاني: أنواع البنوك
27	المطلب الثالث: الإصلاح المالي لنظام البنكي الجزائري
30	المبحث الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي
30	المطلب الأول: مفهوم التمويل ومصادره
38	المطلب الثاني: الدور التمويلي و الخدمي للبنوك
43	المطلب الثالث: مشاكل تمويل الاستثمار السياحي
45	خلاصة الفصل
46	الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول دور البنوك في تمويل وتطوير النشاط السياحي الجزائري
47	تمهيد
48	المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية
48	المطلب الأول: منهجية العمل الميداني
62	المطلب الثاني: وصف خصائص عينة الدراسة
65	المبحث الثاني: تحليل نتائج استبيان دور البنوك في تمويل وتطوير القطاع السياحي بالجزائر

65	المطلب الأول: دراسة محاور الاستبيان
70	المطلب الثاني: نتائج البحث التطبيقي
72	خلاصة الفصل
74	الخاتمة
78	قائمة المراجع

فهرسج ابرارون و الاصلان

و الاملاسن

1- فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	الرقم
50	طرق توزيع استمارة الاستبيان	1-1
51	توزيع العينة على مجتمع الدراسة	2-1
52	اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الأول	3-1
53	اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الثاني	4-1
55	اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الثالث	5-1
56	نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الأول	6-1
57	نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الثاني	7-1
58	نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الثالث	1-2
59	اختبار الفا كرونباخ لفقرات المحور الأول	2-2
60	اختبار الفا كرونباخ لفقرات المحور الثاني	1-3
61	اختبار الفا كرونباخ لفقرات المحور الثالث	2-3
62	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	3-3
62	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	4-3
63	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة الحالية	5-3
64	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	6-3
64	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهلات العلمية	7-3
65	معايير مقياس ليكارت الثلاثي	8-3
66	نتائج مقياس ليكارت حول المحور الأول	9-3
67	نتائج مقياس ليكارت حول المحور الثاني	10-3
68	نتائج مقياس ليكارت حول المحور الثالث	11-3
69	نتائج مقياس ليكارت حول المحور الرابع	12-3

المفردات

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 والمنتبع 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.

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 تحصل 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 - ما هو مفهوم السياحة، وما هي أهميتها الاقتصادية والاجتماعية ؟

2- فيما تتمثل عوامل الجذب ومحددات السوق السياحي ؟

3- ما هي الآليات تمويل قطاع السياحة و المشاكل التي تواجهه ؟

فرضيات الدراسة:

بناء على ما تقدم نجد أنفسنا أمام اختبار الفرضيات الآتية :

1- باعتبار السياحة بترول القرن الواحد والعشرين فهي الدعامة الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية.

2- تختلف عوامل الجذب السياحي بين أولية وثانوية و على أساسها يتركز العرض والطلب السياحي.

3- تختلف آليات تمويل البنوك للقطاع السياحي وتعتمد على دراسة الجدوى المقدمة للبنك.

4- التطور في آليات عمل البنوك يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمات السياحة من خلال توسيع الاستثمارات السياحية.

أهمية الموضوع :

أصبحت السياحة في الوقت الحاضر من أهم 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.

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، وتحديدًا سوف تركز الدراسة على الأهداف 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.

منهج الدراسة :

لانجاز 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.

الدراسات السابقة:

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

- الأولى رسالة دكتوراه لـ مليكة حفيظ - شبايكي تحت عنوان : السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية 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 للدكتور كواش خالد, بعنوان: أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة 2004.

الفصل الأول :

عسر بيان حول السبابة

المبحث الأول: السياحة مفهومها، تطورها أهميتها وعوامل الجذب السياحي

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة و بدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها مثل البحث عن المسكن الطعام الشراب الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي إما في الآونة الأخيرة فازداد الاهتمام بها وأصبحت تعد احد أهم المجالات باعتبارها تشكل موردا للتنمية الشاملة والممول عليها للمساهمة في زيادة النمو الاقتصادي وسوف نحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهومها وتطورها وكذا أهميتها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة وتطورها

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 السياحة¹. (فتعتبر الأصول اللغوية لكلمة سياحة (tourism) من الكلمة اللاتينية TORNARE بمعنى يدور أو يلتف حول، والكلمة TORNUS بمعنى دائرة أو حركة دائرية لتغيير مكان الإقامة. و منها قامت اللغات الأوروبية الحديثة باستخدام هذا المصطلح. فالكلمة الفرنسية ف tour تشير إلى وا لسفر مع العودة ثانية لنقطة البداية والتي أصبحت الأساس للمصطلح الفرنسي tourisme وكذلك المصطلحات الايطالية turismo الالمانية tourismus الذي حل محل كلمة fremdenrerkeh الانجليزية "tourism" والروسية "turizm". وكان أول استخدام كلمة "tourist" أو سائح في عام 1800 م في الفترة ما بين (1800-1933)².

ولا يعتبر لفظ سياحة جديدا على اللغة العربية حيث انه يوجد منذ زمن طويل ويعني التجوال وعبارة " 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.

¹ - عطا الله ابو سيف ابادير دور الايرادات السياحية في تمويل التنمية الاقتصادية في جمهورية مصر العربية دراسة تحليلية مقارنة رسالة ماجستير غير منشورة جامعة حلوان القاهرة 1981ص 11

² - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة ، دار زهران لل نشر و التوزيع،مصر، 1997 ص 21

فالسائح يقوم باستغلال الإمكانيات المادية والمعنوية المتوافرة لديه بهدف تحقيق إشباع من النشاط السياحي، و تعتبر الطبيعة من المحددات الكبيرة لفترات الاختيار والأنشطة 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 دوليا

يمكن توضيح مراحل التي مر بها تطور مفهوم السياحة كالاتي :

تمت أولى محاولات تعريف مصطلح السياحة من خلال عصبة الأمم و ذلك في عام 1937م 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 م قامت لجنة الأمم المتحدة الإحصائية بوضع تعريف " الزائر الدولي ". تم ذلك في مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر في روما 1963 م تم تقديم تعريف لمصطلحات " الزائر"، و "السائح و"المتنزه" التي تم إقرارها من قبل منظمة (IUOTO). واختبرت هذه التعريفات فيما بعد من قبل مجموعة الخبراء في إحصائيات السفر الدولي في 1967 م عن طريق اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة.³

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 وصناعة السياحة ومكاتب الإحصاء المحلية والمنظمات الإقليمية والدولية. قام المؤتمر بتعديل النتائج التي عرفت الأغراض الإحصائية الخاصة بالصناعة، وبحوث السوق، وأداء الصناعة، والتنبؤات السياحية.

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

وهذا بالمقارنة بالنتائج المتصلة بالمفاهيم، والتقسيمات التي تغطي الوحدة السياحية الأساسية، والطلب السياحي، والعرض السياحي، والإنفاق السياحي.

قامت عدة محاولات من قبل الباحثين والهيئات لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة وكل محاولة قامت بالتركيز على جانب معين أو ظاهرة معينة . منهم من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية ومنهم من اعتبرها وسيلة لتنمية العلاقات الدولية والإنسانية والثقافية . فنجد أن البعض يطلق عليها صناعة القرن العشرين، أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعة المتكاملة أو الصناعة النظيفة الصديقة للبيئة وكذلك أطلق عليها بتروال القرن الحادي والعشرين، ومن هذه التعاريف ما يلي:⁴

1- عرف جوير فرولر (GUYER Freuller) الألماني عام 1905 م السياحة بأنها: "ظاهرة من العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة، وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل".⁵

يلاحظ على هذا التعريف انه اهتم فقط بالجوانب الإنسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي.

2- تعريف هيرمان فوشوليرون (HERMAN Von Scholleron) عام 1910م السياحة بأنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"⁶

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".⁷

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

⁴ - هدي سيد لطيف، السياحة بين النظرية والتطبيق ، الشركة العربية للنشر والتوزيع القاهرة مصر، 1994 ص10

⁵ عبد الخالق محمود ، السياحة العالمية ، مجلة الأهرام الاقتصادي ، العدد 21 القاهرة 2003 ص09

⁶ جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية 2003 ص10

⁷ AHMED TISSA. Economie touristique et aménagement du territoire. Opu Alger . p 94.

حسب المنظمة العالمية للسياحة تحتوي كلمة السياحة على مفهومين⁸:

- **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.
- **المتجول المنتزه** : 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 المفاهيم⁹ 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 جنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية . والجوال في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يمكث 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.

⁸ كواش خالد , أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر - ، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004،

⁹ 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.

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.¹⁰

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 (لوطنية) ورؤوس الأموال الأجنبية في مختلف المشاريع السياحية المباشرة، والمشاريع المكتملة 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.

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 12م% من الناتج الخام العالمي و 30% من المبادلات

¹⁰ عبد الخالق محمود ، مرجع سابق، ص 11.

الدولية من الخدمات التجارية، لذا برزت أهمية دراسة الآثار الناجمة عن الحركة الدولية بصفة عامة والداخلية بصفة خاصة ومنها الاقتصادية، والاجتماعية الثقافية والبيئية.¹¹

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 والاجتماعية والثقافية والبيئية.

أولا : الأهمية الاقتصادية للسياحة

يمكن النظر إلى الآثار الاقتصادية الأساسية للسياحة من زاويتين :

أ- الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة

تتمثل الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة فيما يلي:¹²

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 ومنها 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.¹³

ومن ناحية أخرى يترتب على دخول الاستثمارات الأجنبية زيادة خبرة المستثمرين المحليين لاختلاطهم بالمستثمرين الأجانب والأخذ بأساليب البحث العلمي والتطور التكنولوجي

¹¹ وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي، 2008 ، ص 27.

¹² صلاح الدين عبد الوهاب، اعتبارات في التسويق السياحي، نشرة بحوث السياحة، العدد 06 ، مصر، 2004، ص 41.

¹³ عبد الخالق محمود ، مرجع سابق، ص 14.

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.

وتتمثل 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 والتي تتمثل في حجم التسربات للخارج المتمثلة في مصروفات الدعاية والإعلان والمصروفات الإدارية الأجنبية وأجور ومرتببات العاملين¹⁴.

- 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 والخدمات لقطاعات الاقتصادية أخرى.

- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

أ - 2 - السياحة وخلق 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 الحالي¹⁵.

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.

¹⁴ عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر ، المكتب العربي الحديث ، القاهرة، 1992 ص 100.

¹⁵ Pierre py , le tourisme un phénomène économique ,édition les études de la documentation française ,Paris,1996,p:6.

وقد أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على العمالة وخلصت إلى ما يلي:¹⁶

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

- بالنسبة لباقي النشاطات السياحية تخلق وظائف جديدة بنسبة 78 % من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي.

- بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة تنشأ وظائف بنسبة 100 % من الوظائف التي تخلقها الفنادق والمحصول 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 الوطني، في بريطانيا مثلاً تقدر تكلفة الاستثمار لخلق فرصة عمل في النشاط السياحي بثلاثي متوسط تكلفة الاستثمار اللازم لخلق فرصة عمل بالنسبة للاقتصاد الوطني في مجموعة .¹⁷

ويمكن أن ينجم عن النشاط السياحي أربعة أنواع من العمالة:

أ) 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.

ب) 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 الإداري في الدولة المنشغل بالنشاط السياحي، هذه العمالة مع العمالة اللازمة للاستثمار السياحي عمالة تخلق بصفة مباشرة في النشاط السياحي .¹⁸

ج) 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.

¹⁶ حفيظ مليكة، السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، جوان 2003 ص 168.

¹⁷ دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر الإسكندرية، مصر 2006 ص 60.

¹⁸ عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر، ص 134.

إن 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 لها¹⁹. ويتوقف تأثير السياحة على القوى العاملة في مختلف دول المقصد السياحي على مجموعة من المتغيرات²⁰.

إن حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة وما يتولد عنه من فرص عمل جديدة في هذا القطاع وفي القطاعات القائمة عليه.

إن نوعية الخبرات المتاحة في الإقليم السياحي ومستوى أداءها.

ب - الآثار الاقتصادية الغير مباشرة للسياحة

تتمثل الآثار الغير مباشرة للسياحة فيما يلي:

ب - 1 - السياحة وتأثيرها على التوازن الإقليمي والبنية الأساسية

إن السياحة تخلق نوعا من التوازن الاقتصادي والاجتماعي داخل البلد الواحد وذلك لأن المناطق السياحية غالبا ما تنشأ في أماكن لا تقام فيها مشروعات صناعية أو تجارية ومن ثم فإن التنشيط السياحي في هذه المناطق يساهم في رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي في هذه المناطق. كما أن النشاط السياحي يعمل على زيادة النمو الحضري من خلال الزيادة المستمرة في أعمال البناء والتشييد وهذا بدوره يتطلب إقامة وتحسين المرافق الأساسية والمباني السياحية على الأخص في المناطق النائية²¹

ب - 2 - السياحة وزيادة الإيرادات السيادية

السياحة وسيلة من وسائل زيادة حصيلة الدولة من الضرائب المباشرة وغير المباشرة وذلك من خلال رسوم التأشيرات²² ورسوم الهبوط والمغادرة التي تحصل في الموانئ والمطارات بالإضافة للرسوم التي تحصلها الدولة على تذاكر السفر والفواتير الخاصة بالإقامة في الفنادق وتناول الوجبات والمأكولات والمشروبات وارتياح الملاهي... الخ

¹⁹ عبير عطية ، مرجع سابق، ص 135.

²⁰ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص 06.

²¹ صلاح عبد الوهاب ،التخطيط السياحي، الدار القومية للنشر ،العدد الثاني، القاهرة، 1991، ص 56.

²² عبير عطية ،مرجع سابق، ص 71.

كما أن هناك رسوما أخرى تحصلها الدولة عن هبوط ومغادرة وإيواء وحدات النقل من طائرات وبواخر وغيرها.

هذا بالإضافة إلى الضرائب التي تحصل على أرباح المنشآت العاملة في قطاع السياحة من فنادق ومحلات عامة وشركات سياحية.

ب - 3 - تشابك القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى:

تتمثل علاقة تشابك القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال ما يحققه الإنفاق السياحي من مقررات انفاقية وزيادة 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 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.

ثانيا : الأهمية الاجتماعية للنشاط السياحي

يلعب القطاع السياحي دورا هاما في التأثير على الظواهر الاجتماعية في أي دولة أو منطقة وعلى دور كل من الرجل والمرأة داخل المجتمع نفسه.²³

وتتوقف الآثار الاجتماعية للنشاط السياحي على عدة اعتبارات منها مدة اللقاء بين السائح والمضيف ونوع السائح وجنسيته.

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 ووقت الفراغ وهو مرتكز أساسي من مرتكزات ظاهرة السياحة الدولية المنظمة التي بدأت في الظهور والتقدم بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وبوجه خاص بعد إعادة بناء أوروبا التي دمرتها الحرب بفضل شروع مارشال الأمريكي عام 1950 م.

²³ سلوى مرسى، "تخطيط السياحة في الجمهورية العربية المصرية وأهميتها"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص95.

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؛

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

المطلب الثالث : عوامل الجذب السياحي

هناك العديد من عوامل الجذب السياحي التي تحدد مدى جاذبية إقليم ما دون الآخر، بالنسبة للسائحين، وتوجد هذه العوامل وتميز إقليم أو دولة معينة أو حتى قارة بأكملها . ويمكن 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 والجغرافي أو توافر الشواطئ والبحيرات.

أما النوع الثاني فيشمل العوامل التي تكتسبها الدولة عبر الزمن ويكون للدولة دخل في إيجادها مثل ما تتركه الحضارات القديمة من آثار وكذلك العوامل الاجتماعية والثقافية التي تميز إقليم عن آخر. وتوجد تقسيمات عديدة لعوامل الجذب السياحي، وقد تقع احد هذه العوامل في أكثر من تصنيف.²⁴

²⁴ عبد الخالق محمود ، مرجع سابق ، ص 21.

يمكن تصنيف عوامل الجذب السياحي وفق المعايير التالية:

أولا : العوامل الأولية للجذب السياحي

وتشمل تلك العوامل المتغيرات الساكنة، أي تلك العوامل التي لا تتغير عبر الزمن، مثل الموقع الجغرافي ومكونات البيئة الثقافية التي تميز إقليم معين، ويمكن تقسيم تلك العوامل إلى عوامل فرعية مثل العوامل الطبيعية كسطح الأرض وما يوجد عليها من السهول والوديان والجبال والغابات والشواطئ الساحلية والأنهار 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 التذكارية والصناعات اليدوية والتراث الشعبي والعادات والتقاليد الشعبية.²⁵

ثانيا : العوامل الثانوية

تشمل العوامل والتي تصنف بالتغير المستمر، حيث تغير أهميتها من فترة لأخرى وتكون هذه العوامل متجانسة فقط بالنسبة للوقت الذي تكون فيه . وتلعب 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 وتطوير الطلب، وتتمثل هذه العوامل في العرض السياحي من أماكن الإقامة والتغذية والخدمات الشخصية التي تقدم إلى السائح أثناء فترة إقامته وإضافته.²⁶

والأنشطة الرياضية، وكذلك سياسيات السوق المتبعة والعوامل 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.

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

²⁵ عبير عطية ، مرجع سابق ، ص147

²⁶ دلال عبد الهادي ، مرجع سابق، ص 81

ثالثا : العوامل الأخرى

وهي عوامل لا يمكن استبدالها، وكذلك هي عوامل تتساوى في الأهمية مع العوامل الأولية والثانوية. تتمثل في العوامل التسويقية للإقليم وموقف الأسعار من حيث معدلات الأسعار السائدة في الدولة، وأخيرا التنظيم من حيث نوع الإدارة السائد²⁷.

المبحث الثاني : عوامل ومحددات 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 والبعض الآخر سلعي.²⁸

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.

وحتى يمكننا الوقوف على مستوى أداء النشاط السياحي وما وراءه من ضعف أو قوة وإدراك معوقاته ومشاكله وأماكن القصور فيه ومدى توافقه مع المتغيرات الخارجية والداخلية المرتبطة بالنشاط السياحي تم التحليل والدراسة من خلال مطلبين .

المطلب الأول :الطلب السياحي

يمثل الطلب السياحي أحد 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 :

أولا :ماهية الطلب السياحي

أ تعريف الطلب السياحي

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

²⁷ عبد الخالق محمود، مرجع سابق ، ص 24.

²⁸ صلاح الدين عبد الوهاب،"اعتبارات في التسويق"، نشرة بحوث السياحة، العدد 06، 1970، ص 56.

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.²⁹

ب - خصائص الطلب السياحي

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

- 1- الموسمية : حيث يزداد الطلب السياحي عادة في فصول الصيف وان كان يزداد في بعض المناطق خلال فصل الشتاء لانتشار رياضة التزلج على الجليد³⁰
 - 2- عدم التكرار : حيث لا يعني تحقيق درجة عالية من الإشباع لدى السائح ضرورة قيامه بتكرار زيارة البلد³¹
 - 3- التركيز : يتم تركيز الطلب السياحي على مدن ومناطق الجذب السياحي من مناطق الاستشفاء والسواحل والمدن ذات التراث الثقافي والحضاري وهذا يؤدي إلى تركيز مشروعات العرض السياحي في مناطق معينة وترك الأقاليم المجاورة.
 - 4- عدم التجانس : لأنه مزيج من الأذواق والرغبات ، ولذلك هناك أنواع مختلفة من السياحة.³²
 - 5- تأثره بالظروف السياسية : فمن أهم خصائص الطلب السياحي تأثره الشديد بالمتغيرات السياسية الخارجية.³³
- 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 :

²⁹ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 58.

³⁰ سلوى مرسى، "تخطيط السياحة في جمهورية مصر العربية"، مرجع سابق، ص 66.

³¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 18.

³² إيهاب عز الدين نديم، "اقتصاديات السياحة في مصر ووسائل تنشيط الاستثمار السياحي بها"، مؤتمر السياحة في

مصر، يومي 22-23 مارس، 1988 ، ص 38.

³³ سلوى مرسى، المرجع السابق، ص 17 .

أ - العوامل الموضوعية :

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

1- العوامل الاقتصادية

§ **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 السياحية³⁴

§ **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.

§ **سعر الصرف** : المطلوب 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 عليها³⁵

2- العوامل الديمغرافية والاجتماعية

§ **حجم السكان** : إن عدد السواح يعتمد على عدد السكان والعلاقة تكون طردية، فكلما ازداد حجم السكان كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي،

§ **الخصائص الاجتماعية للسكان** : ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي، فهناك أيضا مواصفات سكانية أخرى تلعب دورا في تحديد الطلب السياحي ومنها: الجنس العمر المهنة.

³⁴Robert lanquar : l'économie du tourisme ,que sais édition PUF N° 2065 ,1983 .P 26

³⁵ Robert lanquar Ibid Op cit .P 32.

§ 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 لقد كان لظهور العطل المدفوعة الأجر، وتخفيض ساعات العمل وسن التقاعد اثر كبير أوقات الفراغ والطلب السياحي.

ب - العوامل الذاتية

وهي عبارة عن المؤثرات الداخلية للفرد والتي تؤثر على الطلب السياحي، تأتي في مقدمتها الحاجة إلى السفر والسياحة، فمتى تم إشباع الحاجات الضرورية وحاجات الأمان، فان الفرد سيحاول وبمعدلات متفاوتة إشباع الحاجات الأخرى منها الحاجة إلى السفر لغايات الاستجمام أو غيرها من الأنشطة السياحية.

ثالثا :أنواع الطلب السياحي

يمكن التمييز بين الأنواع التالية من الطلب على الخدمات السياحية³⁶

أ - الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي)

وهو الطلب الذي تحقق بالفعل ،بمعنى آخر يمثل هذا الطلب إجمالي التعاقدات التي تمت فعلا 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:

-الطلب السياحي المؤجل : ويأخذ بعين الاعتبار العراقيل الآنية التي يمكن أن تشكل عائقا للاستهلاك السياحي ، كالمريض مثلا الذي يؤدي إلى تأجيل القيام بالرحلة السياحية.

-الطلب السياحي المحتمل (الكائن) :وهو يشمل الأشخاص الذين تتوفر فيهم العناصر الأساسية للسفر وهي:³⁷

³⁶ - Jean Stafford :Micro -économie du tourisme , édition presse de l'université du Québec, 1996 ,page 6 .

³⁷ يسري عيس ، السلوك الاستهلاكي للسائح ، طبعة 01 الاسكندرية 2002 ص 44

* - القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية

* - الرغبة في القيام برحلة سياحية ؛

* - توفر الظروف المناسبة والمحفزة للطلب على الخدمة السياحية ؛

المطلب الثاني : العرض السياحي

أولا : ماهية العرض السياحي

أ- تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي على انه 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...)³⁸.

يتكون العرض السياحي من مجموعة متكاملة من مصادر الجذب السياحي متمثلة في الآتي

:

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 و الندوات والاحتفالات في مختلف المجالات الثقافية و العلمية من طب و قانون و فنون و غير ذلك..³⁹

ب - خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي أو المنتج السياحي بمجموعة من الخصائص وهي⁴⁰

³⁸ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 52

³⁹ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي ، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية ، الدورة 16 نوفمبر 2000 ص 32

⁴⁰ اسعد حماد أبو رمان ، التسويق السياحي والفندقي ، المفاهيم و الأسس العلمية ، دار حامد ، الأردن ، ط 1 2000 ص 5

- 1- عرض غير ملموس
- 2- العرض السياحي سريع التلاشي
- 3- عدم خضوع العرض السياحي للقياس
- 4- العرض السياحي مزيج مركب
- 5 - الاعتماد الكبير على عنصر العمل
- 6- العرض السياحي غير مرن

ثانيا : تصنيف العرض السياحي

يمكن تقسيم العرض السياحي إلى ثلاث مجموعات رئيسية وهي⁴¹

-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.

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.

⁴¹ سعيد محمد المصري، إدارة و تسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم و الاستراتيجيات – الدار الجامعية مصر 2002 ص 65

*2مشاريع البنية التحتية:

وهي المشاريع التي تشكل أساس الاقتصاد الوطني ومهمتها تجهيز القطاع السياحي بمستلزمات الإنتاج الأساسية⁴²

*3 مشاريع البنية الفوقية:

وهي المشاريع التي تقدم خدمات مباشرة للسواح، وتشمل المدن السياحية، مشاريع الإيواء المختلفة فنادق، مخيمات (..ومشاريع تقديم الطعام والشراب) المطاعم ، الوجبات الخفيفة...الخ⁴³

*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.⁴⁴

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

⁴² سعيد محمد المصري ، مرجع سابق ، ص 69

⁴³ سعيد محمد المصري ، مرجع سابق،،ص 78

⁴⁴ سعيد محمد المصري مرجع سابق 165

حيث تنقسم إلى سياحة داخلية وسياحة خارجية وسياحة إقليمية، كما ظهرت أنواع سياحية حديثة منها سياحة الحوافر 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 التجارية في تمويل وتطوير

قطاع السياحة 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 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.

2- منح القروض مهما كانت مدتها أو شكلها.

¹ - شاكور 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.

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 والاكتمال بها وشراؤها وبيعها.

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

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.³

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:

- حفظ الأموال وتحمل مخاطر نقلها من مكان إلى آخر.

- إجراء التعاملات المالية وتتضمن القيام بأعمال الوساطة بين المودعين والمقترضين.⁴

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.⁵

أما تاريخ نشأة البنوك الحديثة فبدأ من منتصف القرن الثاني عشر للميلاد حيث تأسس أول بنك في مدينة البندقية عام 1157 م وبعد ذلك بنك برشلونة في 1401م، ثم بنك رياتو عام 1587 م

³ - شاكرو القرويني مرجع سابق ص 24

⁴ - طارق طه ، البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، الإسكندرية 2000 ص 12

⁵ - شاكرو القرويني مرجع سابق ص 25

بمدينة البندقية، ثم بنك أمستردام عام 1609 م ويعتبر هذا الأخير النموذج الذي اتخذته معظم البنوك الأوروبية بعد ذلك مع مراعاة ما أهلتها 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 1816 م وبنك انجلترا عام 1694 م وبنك فرنسا الذي أسسه نابليون عام 1800 م 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 وفاءاً 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 عن ذلك بدأ الصورة الحقيقية لأعمال البنوك وهكذا انشأت البنوك بفعل الحاجة إلى تسهيل المعاملات على أساس الأجل والثقة.⁶

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

المطلب الثاني : أنواع البنوك

يمكن تقسيم البنوك بشكل عام إلى خمس أنواع رئيسية:

أولاً : البنوك التجارية

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

ثانياً : بنوك الاستثمار

وتسمى أيضاً 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 تماماً الودائع لأجل من

⁶ - شاكرك القرويني مرجع سابق ص 32

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.

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:⁷

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.

⁷ -Hollier :Le marketing touisque ,que sais -je ? édition PUF ,5eme édition 1996 p62

ب - بنك البنوك

- 1- البنوك تحتفظ لديه بأرصدها النقدية الفائضة عن حاجتها من حقوق وديون للبنوك فيما بينها وذلك عن طريق المقايضة.
- 2- تلجأ 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 وتحتفظ لديه بودائعها.
- 2- يقدم لها ما تحتاجه من قروض مختلفة الأجل.
- 3- يمسك حسابات الحكومة وتنظم عن طريق مدفوعات.
- 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 الفوائد⁸

المطلب الثالث: الإصلاح المالي للنظام البنكي الجزائري

إن تعثر النظام الاقتصادي المخطط أدى إلى التفكير في نظام جديد فرضه التغيير 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 التغييرات النظام الاقتصادي .

⁸ Hollier :Op cie p64

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.⁹

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 ما يلي :

- 1- استعادة البنك المركزي لدوره كبنك البنوك .
- 2- وضع نظام بنكي على مستويين حيث تم الفصل بين البنك المركزي كملجأ أخير للإقراض وبيّن 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

⁹ - عبد اللطيف بلغرسة، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تفعيل ادائها في ظل استراتيجيات الاقتصاد الكلي بالنظر للإصلاحات المصرفية دورة تدريبية حول تمويل مؤسسات صغيرة و متوسطة وتطور دورها في اقتصاديات المغاربية

والمردودية في البنوك في إطار التنظيم الجديد للاقتصاد والمؤسسات وهذا باعتبار أن البنوك مؤسسات عمومية.¹⁰

وبالتالي أصبحت البنوك تتمتع بكامل استقلاليتها من حيث منحها للقروض ودراستها للمشاريع ومتابعتها لديونها وتسيير لشؤونها الداخلية ، وهذا ما كان له الأثر على المشروعات الاقتصادية 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 لسلبيات 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 هياكل 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 الاتحادي لمساهمة رؤوس الأموال الخاصة الأجنبية والبنك الصناعي والتجاري الجزائري والشركة المتخصصة في منح القروض الطويلة الأجل جوان 1997، بنك الخليفة (الذي أفلس مؤخرا)، بنك

¹⁰ - الطاهر لطرش تقنيات البنوك ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر الطبعة 2 2003 ص 194-195

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 .

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.¹¹

" 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

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

الجماعي ويتجسد هذا الأخير في الميزانية التي تحتوي على جانبين ، الأصول يظهر استخدامات تلك الموارد التي يظهرها الجانب الآخر من الميزانية¹².

ثانيا : مصادر التمويل

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 فقط¹³.

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 منصوصا 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 الدفترية¹⁴.

¹² - توفيق حسن ، الإدارة المالية - قرارات وسياسات التمويل في المشروع الاقتصادي ، دار النشر سوريا، الطبعة 1،

1989 ص 12.

¹³ - خبابة نور الدين ، الإدارة المالية ، بيروت ، دار النهضة ، 1998 ص 166.

¹⁴ - منير إبراهيم هندي ، الفكر الحديث في هيكل الشركات ، مركز الدالة للطباعة ، مصر 2003 ص 12-13.

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 السندات¹⁵ .

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

¹⁵ - الحجازي عبيد على احمد ، مرجع سابق ذكره ص20-21

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، والمؤونات التي تقوم بها المؤسسة على سبيل الاحتياط والأرباح المحققة سنويا بعد أن تطرح منها الضرائب والأرباح الموزعة .

وإذا كان التمويل الذاتي في الحقيقة يبين قدرة المؤسسة على تمويل الاستثمارات بالاستغناء عن اللجوء إلى القروض البنكية فإن هذا المفهوم يهمل 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 الواسع¹⁶.

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 ويتمثل في قيمة المشتريات للسلع التي تتاجر فيها أو تستخدمها في العملية الصناعية وتعتمد المؤسسة على هذا المصدر من التمويل بدرجة أكبر من اعتمادها على الائتمان المصرفي وغيره من المصادر الأخرى قصيرة الأجل، بل يكون المصدر الوحيد قصير الأجل المتاح في بعض المؤسسات

ويطلق على الائتمان التجاري بالائتمان التلقائي نظرا لأنه عادة ما يزيد وينقص مع التقلبات في حجم 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 .

¹⁶ -الطاهر لطرش مرجع سبق ذكره ص 151.

• الائتمان المصرفي

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 .

• 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 بسيط¹⁷.

¹⁷ - بحياية نور الدين نفس المرجع السابق 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 ما يلي :

- شروط تحديد سقف المديونية للشركة .
 - قيود على تصرف الشركة بالموجودات .
 - قيود على توزيع الأرباح على المساهمين .
- وتشمل مصادر متوسطة الأجل¹⁸: قروض المدة، وقروض تمويل المعدات
- قروض المدة:

تتميز قروض المدة بأجلها المتوسط والتي تستحق خلال فترات تتراوح بين ثلاث إلى سبع سنوات مما يعطي المقترض الائتمان يوفر التمويل، وانخفاض مخاطر إعادة التمويل وتحديد القرض قصير الأجل وذلك لأن مخاطر الاقتراض قصيرة الأجل عادة ما تكون عالية بالنسبة للشركة المقترضة، 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،

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

¹⁸ حياية نور الدين نفس المرجع السابق ص 181

• 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، وعندما 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.¹⁹

¹⁹ - منير إبراهيم هندي ، مرجع سابق ص 148

• 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 الاستفاداة من الفائدة.²⁰

كما يعرف السند بأنه ورقة مالية تمثل دين طويل الأجل على المؤسسة المصدرة لها وجزء من الدين الكلي وللسند 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 السندات²¹

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

²⁰ - الطاهر لطرش مرجع سابق ص 87

²¹ - محمد أيمن عزة الحيداني ، الإدارة المالية في الشركات ، الطبعة 2 1999 ص 139

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.

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.²²

ب - عملية التمويل بالمشاركة :

هناك نوع آخر من مصادر التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة وهي ما يسمى بالتمويل بالمشاركة²³ 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 :

- 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 .

²² - بنك الإسكندرية، دراسة عن التأجير التمويلي 1997

²³ - مجلة المصارف العربية - العدد 205 المجلد الثامن عشر - يناير 1998 ص6

- 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.²⁴

ويمكن تحديد الدور الخدمي للبنوك لقطاع السياحة فيما يلي:

ن 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.²⁵

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.

ن 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.

24 - بنك الإسكندرية ،دراسة عن التأجير التمويلي ص7

25 - مجلة المصارف العربية - كانون الثاني مرجع سابق ص 9

ن 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 .

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

ن 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 .

ن ومن المرجح أن تتقارب نسب المساهمة التي يدخل بها البنك تبعا لحجم الاستثمار المطلوب والمجال الذي يعمل فيه المشروع ومدى كونه نشاطه جديدا أو معروفا.²⁶

ن 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.²⁷

2- أوامر التبادل السياحية :

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

²⁶ - احمد حسن الزهري التمويل و الادارة المالية مطبعة النسر الذهبي القاهرة 1996 ص 17

²⁷ - مصطفى زيتون كتاب الاحصاء السياحي مكتبة الاهرام 2001 ص 22

- ذات قيم أكبر 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 يريدتها على حسب حاجته أما إذا كان متجها إلى دولة معينة بالذات دون غيرها فإنه يشتري خطاب اعتماد مقوما بعملة هذه الدولة متفاديا بذلك تقلبات أسعار الصرف.²⁸

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 يزورها²⁹.

ولما كانت أغراض السياحة تختلف ما بين سياحة وزيارة 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 :

²⁸ - مصطفى زيتون نفس المرجع السابق ص 27

²⁹ - المرجع السابق ص 27

- 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 .
 - 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 التمويل³⁰.

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 المتاحة³¹.

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 والإنشآت والمعدات أو لمواجهة تقلبات أسعار الصرف للعملة المستخدمة في سداد قيمة الآلات في حالة الشراء بعملة غير عملة القرض

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

31 - مصطفى رشدي شبيحه اقتصاديات النقود والمصارف والمال دار المعارف الجامعية الإسكندرية 1996 ص 171.

المطلوب للمشروع ، أو عدم الدقة في حساب فئات الرسوم الجمركية المستحقة على الأصول المستوردة من الخارج ، أو تقدير تكلفة التمويل بأقل من الواجب³².

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 التمويلية³³.

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 تفاوت 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 يعكس تكلفة الفرصة البديلة، وحساب معدل العائد الداخلي للاستثمار³⁴

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 أكبر عدد من الأهداف المطلوب تحقيقها في ظل السياسة الاستثمارية والأولويات المحددة لها، وكلما جاءت القرارات الاستثمارية التي تتخذها هذه البنوك سليمة كلما أدى ذلك إلى نجاح عملية التنمية ومن أجل ذلك فإنها تعتمد أساساً على دراسات الجدوى لتقييم المشروعات وتحليل ربحيتها التجارية.³⁵

³² - إبراهيم مختار، مرجع سابق ، ص 272.

³³ - سعيد توفيق عبيد، الإدارة المالية، مكتبة عين شمس، القاهرة، ص 156.

³⁴ - المرجع أعلاه، ص 162.

³⁵ - إبراهيم مختار، مرجع سابق ، ص 273

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق وان أوردناه 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 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 انه 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 وتنشيط السياحة خاصة.

الفصل الثالث :

دراسة طبيئة حول دور البنوك في تربية و تطوير

القطر الباسمي البحراني

تمهيد

إنّ الجزائر كغيرها من الدول تتأثر فيها البيئة السياحية بمختلف التحوّلات التي تُملّيها الظروف السياسية، الاجتماعية والقانونية الداخلية من جهة، والضغط التي تمليها العولمة السياحية من جهة أخرى، ذلك ما يستلزم تكييف البيئة السياحية الوطنية بالشكل الذي يعمل على إيجاد نوع من التوازن والتوافق بين الظروف الداخلية والضغط الخارجية.

استجابة لمُتطلّبات التكيّف مع مختلف العوامل المؤثّرة، عرفت البيئة السياحية الجزائرية منذ الاستقلال العديد من التحوّلات في تاريخ الممارسة السياحية، كان أهمّها صدور العديد من القوانين والتسهيلات الخاصة بالقطاع السياحي، وكذلك بصدور تسهيلات في مجال النظام التمويلي الخاص بترشيد السياحة.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل إلى دراسة دور النظام المصرفي في تمويل وتطوير القطاع السياحي على مختلف العناصر المُشكّلة للبيئة السياحية، وذلك من خلال مبحثين أساسيين:

أمّا المبحث الأول سنتناول فيه مختلف مراحل إعداد الدراسة الميدانية بما في ذلك، دراسة الجوانب الديموغرافية لعينة الدراسة، واختبار صلاحية الأداة المعتمدة في جمع المعطيات الميدانية.

في حين سنقوم في المبحث الثاني بتحليل إستمارات الاستبيان المسترجعة من أفراد عينة الدراسة.

المبحث الأول : إجراءات الدراسة الميدانية

للإلمام بموضوع البحث من الجانب الميداني تم الاعتماد بشكل أساسي على استمارة الاستبيان، التي تُعدُّ من أكثر الأدوات ملائمة لإجراء مثل هذه الدراسات، نظرا لتوافقها مع أهداف وموضوع الدراسة، ومن أجل الإلمام بمختلف جوانب الدراسة تم الاتصال بجميع الأطراف ذات العلاقة بالبنوك والمستثمرين في مجال السياحة في الجزائر وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان مُدعِّمة بأسلوب المقابلات الشخصية، أمَّا عن وسائل وإجراءات الدراسة الميدانية فقد تَمَّت وفق ما يلي.

المطلب الأول: منهجية العمل الميداني

حَرِّصْنَا في تصميم استمارة الاستبيان على أن تكون جميع الأسئلة المطروحة مُتَّفَقَةً فيما بينها ومُتَّسِقَةً مع إنشكالية الدراسة، ومُتَّالِئَةً مع الواقع السياحي في الجزائري الذي أُعِدَّت فيه، خاصة وأنَّ الاستبيان يُعْتَبَرُ قاعدة الدراسة الإحصائية عن طريق سرد الظروف التي تَمَّت فيها صياغة وإعداد الأسئلة التي يَتَضَمَّنُها الاستبيان، بعد ذلك تم مراجعة وتحكيم الاستبيان واختباره بشكل نهائي من طرف مجموعة من الأساتذة المختصين.

وقمنا بإجراء اختبار للاستبيان على عيِّنة من الأفراد حُدِّدَت عشوائيا، الذين تتوفَّر فيهم نفس مُتَطَلِّبَات مجتمَع البحث، وهذا من أجل التأكّد من صحَّة ووضوح عبارات الأسئلة المطروحة وتسلسلها المنطقي و التأكّد من مدى شمولها على العناصر المراد قياسها.

1- مراحل إعداد الاستبيان

مرَّت عملية إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل التالية:

1-1- بناء الاستمارة

حيث تم عرض استمارة الاستبيان على ورقة عادية (A 4) أعدت باللغة العربية تتضمَّن تسعة عشر (19) سؤالاً.

بعد ذلك قمنا باستشارة مجموعة من الأساتذة المختصين في مجالي البنوك والتمويل والسياحة والإحصاء لتحكيم الاستبيان، بهدف إعطاء صورة واضحة لمحتوى هذا الاستبيان، والتأكد من سلامة صياغته، وبساطة أسئلته خاصة من حيث:

ن الدقة في الأسئلة؛

ن مدى شمولية الإستمارة؛

1-2- توزيع واسترجاع الاستمارة

قمنا بتوزيع واسترجاع استمارة الاستبيان اعتماداً على المقابلات الشخصية.

2- هيكل الاستبيان

تضمّنت استمارة الاستبيان 19 سؤالاً، قُسمت وفق أهداف الدراسة، معتمدين في ذلك على أسلوب الأسئلة المباشرة، مع فسخ مجال لإبداء الآراء والمقترحات في آخر الاستمارة، أمّا عن أقسام استمارة الاستبيان فقد تشكّلت من الأجزاء التالية:

ن الجزء التمهيدي: تضم كافة المعلومات أو البيانات العامة والمتعلّقة بأفراد العيّنة؛

ن الجزء الأول: يتضمّن الأسئلة من (1 إلى 6) والذي يهتم بتوجه الجزائري نحو تطوير قطاع السياحة؛

ن الجزء الثاني: يتضمّن الأسئلة من (7 إلى 11) وذلك من أجل معرفة آراء المُستجوبين حول واقع ممارسة البنوك في تمويل قطاع السياحة في الجزائر؛

ن الجزء الثالث: يتضمّن الأسئلة من (12 إلى 19) يرتبط هذا الجزء دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.

3- مجتمع الدراسة وحدودها

من أجل تحديد مجتمع الدراسة اشترطنا أن يكون الشخص المُستجوب حاصل على شهادة جامعية حيث يتكوّن مجتمع دراسة من عاملين في قطاع البنوك وأصحاب الوكالات السياحية بولاية الوادي.

3-1- إطار مجتمع الدراسة

تم تقسيم عيّنة الدراسة إلى فئتين هما:

الفئة الأولى: العاملین في قطاع البنوك؛

الفئة الثانية: أصحاب الوكالات السياحية بولاية الوادي.

3-2- حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

ن الحدود المكانية: تهتم هذه الدراسة بتقصي العاملين في البنوك وأصحاب الوكالات السياحية لولاية الوادي ؛

ن الحدود الزمنية: وهي سنة 2015 وفيها تم توزيع الاستثمارات واستلامها .

ن الحدود البشرية: تعتمد هذه الدراسة على آراء وإجابات الأكاديميين والمهنيين والذين تربطهم علاقة وطيدة بمهنة السياحة بصفتهم ممارسي هذه المهنة أو إطارات في إحدى المؤسسات المالية سواء كانت خاصة أو عمومية، والحاصلين على شهادة جامعية؛

ن الحدود الموضوعية: اهتمت هذه الدراسة بالمواضيع المرتبطة أساسا بموضوع السياحة.

ن 3-3- عينة الدراسة

نظرا لصعوبة تحديد مجتمع الدراسة بدقة، واستحالة ضبط حجم العينة وفقا للنماذج الإحصائية المعروفة، تم تحديد عينة عشوائية تتكوّن من 45 عنصر من مختلف الفئات المُشكّلة للمجتمع محل الدراسة. حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان وفق طُرُق التسليم المذكورة في الجدول التالي:

جدول رقم: (3-01): طُرُق توزيع استمارة الاستبيان

عدد الاستثمارات	الموزعة	المسترجعة	الملغاة
الخاضعة للدراسة	45	9	36

المصدر: إعداد الطالبة بناء على الاستمارة الموزعة

يتضح من خلال الجدول أن:

§ نسبة الاستبيانات التي سيتم إخضاعها للدراسة تُمَثّل ما يقارب 80% من مجموع الاستبيانات الموزعة فقد تم تسليمها واسترجاعها مباشرة من المُستقّصين؛

أمّا عن مصدر البيانات التي سوف يتم إخضاعها للدراسة وفقا للحدود البشرية السالف إيرادها، فقد كانت وفق الجدول التالي:

جدول رقم: (3-02): توزيع العيّنة على مجتمع الدراسة

النسبة	عدد الاستبيانات	مصدر الاستبيان
58.33%	21	أصحاب الوكالات السياحية
41.67%	15	العاملين في قطاع البنوك
100%	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بناء على الاستمارة الموزعة

يتضح من خلال الجدول أنه توجد أغلبية مطلقة في تشكيلة العيّنة لصالح شريحة مُعيّنة، أن نسبة ممارسو وأصحاب الوكالات السياحية بلغت 58.33% غير يعتبر بأن العدد الأكبر تقريبا من العيّنة التي سيتم إخضاعها للفحص كما تتشكّل من العاملين في قطاع البنوك وذلك بنسبة 41.67%.

4- الاختبار الإحصائي لصلاحية الاستبيان

للحكم على مدى صلاحية البيانات المُجمّعة ميدانيا من خلال العيّنة الخاضعة للفحص لإجراء الدراسة، تم إخضاع هذه البيانات للاختبارات الإحصائية، وذلك من جانبي الصدق والثبات، حيث كانت نتائج هذه الاختبارات تتمثل فيما يلي:

4-1- اختبار الصدق

تم اختبار صدق محاور الدراسة من خلال اختبار صدق المحتوى، واختبار صدق التكوين الفرضي.

4-1-1- صدق المحتوى

يقصد به مدى ملاءمة المحتوى في تمثيله للمجال الذي تُجرى الاستدلالات حوله، فهو يمثّل الدرجة التي يُمكن فيها اعتبار إجابات المفحوص على مفردات الاختبار عيّنة مُمثّلة لإجابات تجمّع حقيقي أو افتراضي للمواقف، التي تُمثّل معاً المجال الذي يهتم به الشخص

الذي يُفسَّر درجات الاختبار.¹ وقد تم اختبار صدق المحتوى باستخدام اختبار (t) للعينة المفردة، وكانت نتائج الاختبار وفقا لما يلي:

4-1-1-1- اختبار صدق المحتوى للمحور الأول

يُبين الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار (t) للعينة المفردة على فقرات المحور الأول الذي يهتم بتوجه الجزائر نحو تطوير قطاع السياحة.

جدول رقم (3-03) : اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الأول

فقرات المحور الأول	قيمة اختبار t	درجات الحرية	مستوى الدلالة المحسوب	فرق المتوسطات
A1	21.386	35	0.000	1.7368
A2	24.452	35	0.000	1.98246
A3	16.263	35	0.000	1.47368
A4	23.498	35	0.000	1.80702
A5	14.695	35	0.000	1.56140
A6	14.890	35	0.000	1.57895
إجمالي المحور 1	26.921	35	0.000	1.69006

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19.

من خلال الجدول السابق يتبين أنّ اختبار (t) لصدق محتوى المحور الأول من الاستبيان المتعلق بدراسة توجه الجزائر نحو تطوير قطاع السياحة، أفرز عن النتائج التالية:

- قيمة الاختبار (t) لفقرات المحور الأول تتراوح بين (14.695) و (23.498)، في حين أنّ قيمة الاختبار الإجمالية للمحور ذاته تساوي (26.921)؛
- درجة الحرية للاختبار، والتي تساوي $n-1=35$ ، حيث (n) هي حجم العينة المعتمدة في الدراسة؛
- مستوى الدلالة المحسوب، وهو مساوٍ لـ (0.00) لكل فقرات المحور الأول، وكذا لإجمالي المحور؛

¹ - السيد محمد أبو هشام حسن، الخصائص السيكومترية لأدوات القياس في البحوث النفسية والتربوية، محاضرات منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية، 2006، ص: 20.

- الفرق بين متوسط العينة والفقرة المفحوصة، والذي يتراوح بين (1.473) و (1.982) لفقرات المحور الأول من الاستبيان، و (1.690) لإجمالي المحور ذاته؛
- حدود فترة ثقة الاختبار لكل فقرة من فقرات المحور الأول التي تتراوح بين (1.292) و (1.820) في الحد الأدنى، وبين (1.655) و (2.144) في الحد الأقصى. وإجمالي المحور ذاته التي بلغت (1.564) في الحد الأدنى و (1.815) في الحد الأقصى.

ويَتَضَحُّ كذلك أنَّ مستوى الدلالة "Sig" المحسوبة لجميع فقرات المحور الأول من الاستبيان مساوية لـ (0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائي المعمول به (Sig=0.05)، وذلك ما يُعْتَبَرُ إثباتاً لصدق محتوى المحور الأول من أداة الدراسة، الذي يُعْنَى بدراسة توجه الجزائر نحو تطوير قطاع السياحة.

4-1-1-2- اختبار صدق المحتوى للمحور الثاني

يُبيِّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار (t) للعينة المفردة على فقرات المحور الثاني الذي يُعْنَى بدراسة واقع ممارسة واقع سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم (3-04) : اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الثاني

فرق المتوسطات	الدلالة المحسوب	مستوى	درجات الحرية	قيمة اختبار t	فقرات المحور الثاني
1.56140	0.000		35	14.695	A7
1.57895	0.000		35	14.890	A8
1.49123	0.000		35	16.446	A9
1.80702	0.000		35	23.498	A10
1.49123	0.000		35	16.446	A110
1.64211	0.000		35	33.879	إجمالي المحور 2

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19

من خلال الجدول أعلاه يتبين أنّ اختبار (t) لصدق محتوى المحور الثاني من الاستبيان المتعلق بدراسة واقع ممارسة مهنة محافظة الحسابات في الجزائر، أفرز عن النتائج التالية:

- قيمة الاختبار (t) لفقرات المحور الثاني تتراوح بين (14.695) و (23.498)، في حين أنّ قيمة الاختبار الإجمالية للمحور ذاته تساوي (33.879)؛
 - درجة الحرية للاختبار، والتي تساوي $n-1=35$ ، حيث (n) هي حجم العينة المعتمدة في الدراسة؛
 - مستوى الدلالة المحسوب، وهو مساوٍ لـ (0.00) لكل فقرات المحور الثاني، وكذا لإجمالي المحور ذاته؛
 - الفرق بين متوسط العينة والفقرة المفحوصة، والذي يتراوح بين (1.491) و (1.807) لفقرات المحور الثاني من الاستبيان، و (1.642) لإجمالي المحور ذاته؛
 - حدود فترة ثقة الاختبار لكل فقرة من فقرات المحور الثاني التي تتراوح بين (1.309) و (1.653) في الحد الأدنى، وبين (1.672) و (1.961) في الحد الأقصى. وإجمالي المحور ذاته التي بلغت (1.545) في الحد الأدنى و (1.739) في الحد الأقصى.
- يتضح كذلك أنّ مستوى الدلالة (Sig) المحسوبة لجميع فقرات المحور الثاني من الاستبيان مساوية لـ (0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائي المعمول به (Sig=0.05)، وذلك ما يُعتبر إثباتاً لصدق محتوى المحور الثاني من أداة الدراسة، الذي يُعنى بدراسة واقع ممارسة مهنة محافظة الحسابات في الجزائر.

4-1-1-3- اختبار صدق المحتوى للمحور الثالث

يُبيّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار (t) للعينة المفردة على فقرات المحور الثالث الذي يُعنى بدراسة دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم : (3-05) : اختبار صدق المحتوى لفقرات المحور الثالث

فقرات المحور الثالث	قيمة اختبار t	درجات الحرية	مستوى الدلالة المحسوب	فرق المتوسطات
A12	16.263	35	0.000	1.47368
A13	16.263	35	0.000	1.47368
A14	16.263	35	0.000	1.47368
A15	16.263	35	0.000	1.47368
A16	16.263	35	0.000	1.47368
A17	23.498	35	0.000	1.80702
A18	15.523	35	0.000	1.63158
A19	14.868	35	0.000	1.59649
إجمالي المحور 3	44.328	35	0.000	1.68202

المصدر : إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أنّ اختبار (t) لصدق محتوى المحور الثالث من الاستبيان المتعلق بدراسة تأثير المحاسبة الدولية على جودة التقارير المالية، أفرز عن النتائج التالية:

- قيمة الاختبار t لفقرات المحور الثالث تتراوح بين (14.686) و (23.498)، في حين أنّ قيمة الاختبار الإجمالية للمحور ذاته تساوي (44.328)؛
- درجة الحرية للاختبار، والتي تساوي $n-1=35$ ، حيث (n) هي حجم العينة المعتمدة في الدراسة؛
- مستوى الدلالة المحسوب، وهو مساوٍ لـ (0.00) لكل فقرات المحور الثالث، وكذا لإجمالي المحور ذاته؛
- الفرق بين متوسط العينة والفقرة المفحوصة، والذي يتراوح بين (1.473) و (1.807) لفقرات المحور الثالث من الاستبيان، و (1.682) لإجمالي المحور ذاته؛

• حدود فترة ثقة الاختبار لكل فقرة من فقرات المحور الثالث والتي تتراوح بين (1.292) و(1.653) في الحد الأدنى، وبين (1.655) و(1.961) في الحد الأقصى، وإجمالي المحور ذاته التي بلغت (1.606) في الحد الأدنى و (1.758) في الحد الأقصى.

يتضح كذلك أنّ مستوى الدلالة (Sig.) المحسوبة لجميع فقرات المحور الأول من الاستبيان مساوية لـ (0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائي المعمول به (Sig=0.05)، وذلك ما يُعتبر إثباتاً لصدق محتوى المحور الثالث من أداة الدراسة، الذي يُعنى بدراسة إبراز مسؤوليات محافظ الحسابات في الجزائر وفق شروط القانون الجزائري .

4-1-2- صدق التكوين الفرضي

يُعبّر صدق التكوين الفرضي عن الدرجة التي يقيس بها اختبار التكوين الفرضي، أو الخاصية النظرية التي أُعدّ لقياسها.² وقد تم اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات هذا المحور من الاستبيان باستخدام معامل بيرسون للارتباط،³ الذي يُشير بدوره أنّ الأداة تتمتع بقوة صدق التكوين الفرضي في حالة وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كل فقرة من فقرات المحور وإجمالي المحور ذاته، وفيما يلي سوف نستعرض نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي للدراسة.

4-1-2-1- اختبار صدق التكوين الفرضي للمحور الأول

يُبين الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار الارتباط لبيرسون على فقرات المحور الأول، الذي يُعنى بتوجه الجزائر نحو دور البنوك في توفير شروط ومُتطلّبات التمويل السياحي.

جدول رقم: (3-06) : نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الأول

المحور 1	A6	A5	A4	A3	A2	A1	فقرات المحور الأول
1	,850**	,708**	,471**	, 883**	,432**	,738**	قيمة معامل الارتباط
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	مستوى الدلالة المحسوب
36	36	36	36	36	36	36	حجم العينة

** عند مستوى دلالة 5 %.

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19

² - السيد محمد أبو هشام حسن، مرجع سابق، ص: 23.

³ - يفضل استخدام معامل الارتباط لبيرسون عند المتغيرات النوعية (كيفية).

يُشير الجدول أعلاه إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين فقرات المحور الأول وإجمالي المحور ذاته، إذ أنّ هناك علاقات طردية (لوجود إشارة موجبة) ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية أكبرها (0.00) أقل من مستوى المعنوية الإحصائي (0.05).
أمّا عن شدة الارتباط فقد بلغت إلى أقصاها بين الفقرة (A3) وإجمالي المحور الأول أين بلغت (0.88)، ويليهما ثانيا ارتباط الفقرة (A6) مع إجمالي المحور والتي بلغت (0.85)، في حين أنّ أدنى قيمة لدرجة الارتباط تمّ تسجيلها بين الفقرة (A2) وإجمالي المحور، والتي بلغت (0.43).

وبما أنّ هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.00) أقل من (0.05) المعمول به في الدراسة بين كل فقرة من فقرات المحور الأول وإجمالي المحور المذكور، فإنه يمكن الحكم على أنّ المحور الأول من الاستبيان يتمتّع بخاصية صدق التكوين الفرضي.

4-1-2-2- اختبار صدق التكوين الفرضي للمحور الثاني

يُبين الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار الارتباط لبيرسون على فقرات المحور الثاني، الذي يُعنى واقع سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم: (3-07) : نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الثاني

المحور 2	A11	A10	A9	A8	A7	فقرات المحور الثاني
1	,729**	,224**	, 729**	,732**	,502**	قيمة معامل الارتباط
	.000	.000	.000	.000	.000	مستوى الدلالة المحسوب
36	36	36	36	36	36	حجم العينة

** عند مستوى دلالة 5 %.

المصدر : إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يُشير الجدول أعلاه إلى أنّ هناك علاقة ارتباط طردية بين فقرات المحور الثاني وإجمالي المحور ذاته، إذ أنّ هناك علاقات طردية (لوجود إشارة موجبة) ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية أكبرها (0.00) أقل من مستوى المعنوية الإحصائي (0.05).
أمّا عن شدة الارتباط فقد بلغت إلى أقصاها بين الفقرة (A8) وإجمالي المحور الثاني أين بلغت (0.73)، ويليهما ثانيا ارتباط الفقرة (A11.A9) مع إجمالي المحور والتي بلغت

(.72)، في حين أنّ أدنى قيمة لدرجة الارتباط تمّ تسجيلها بين الفقرة (A10) وإجمالي المحور والتي بلغت (22).).

وبما أنّ هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.00) أقل من (0.05) المعمول به في الدراسة بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني وإجمالي المحور المذكور، فإنه يمكن الحكم أنّ المحور الثاني من الاستبيان يتّمتع أيضا بخاصية صدق التكوين الفرضي.

4-1-2-3- اختبار صدق التكوين الفرضي للمحور الثالث

يُبيّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار الارتباط لبيرسون على فقرات المحور الثالث، الذي يُعنى بدراسة دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم: (3-08) : نتائج اختبار صدق التكوين الفرضي لفقرات المحور الثالث

المحور	A19	A18	A17	A16	A15	A14	A13	A12	المحور الثالث
3									فقرات الثالث
1	,650**	,035**	,108**	,486**	,486**	,486**	,486**	,486**	قيمة معامل الارتباط
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	مستوى الدلالة المحسوب
57	57	57	57	57	57	57	57	57	حجم العينة

** عند مستوى دلالة 5 %.

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19

يُشير الجدول أعلاه إلى أنّ هناك علاقة ارتباط طردية بين فقرات المحور الثالث وإجمالي المحور ذاته، إذ أنّ هناك علاقات طردية (لوجود إشارة موجبة) ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية أكبرها (0.00) أقل من مستوى المعنوية الإحصائي (0.05).

أمّا عن شدة الارتباط فقد بلغت إلى أقصاها بين الفقرة (A19) وإجمالي المحور الثالث أين بلغت (0.65)، ويليهما ثانيا ارتباط الفقرة (A12.A13.A14.A15.A16) مع إجمالي المحور والتي بلغت (0.48)، في حين أنّ أدنى قيمة لدرجة الارتباط تمّ تسجيلها بين الفقرة (A18) وإجمالي المحور، والتي بلغت (0.03).

وبما أنّ هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.00) أقل من (0.05) المعمول به في الدراسة بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث وإجمالي المحور المذكور، فإنه يمكن الحكم أنّ المحور الثالث من الاستبيان يتّمتّ بخاصية صدق التكوين الفرضي كذلك.

4-2-2- اختبار الثبات

يختص الثبات بمدى الوثوق بالدرجات التي نحصل عليها من تطبيق الاختبار، بمعنى أنّ هذه الدرجات أو النتائج يجب ألا تتأثر بالعوامل التي تعود إلى أخطاء الصدفة، فهو يعني دقة الاختبار أو اتساقه.⁴

وقد تمّ اختبار ثبات محاور الاستبيان لهذه الدراسة باستخدام مقياس ألفا كرونباخ (Alpha de Cronbach)، الذي يُحدّد مدى ثبات الظاهرة المدروسة وفقا لما يلي:

- يُعدّ ثبات الظاهرة المدروسة ضعيفاً إذا كانت النتيجة أقل من 60%؛
- يُعدّ ثبات الظاهرة المدروسة مقبولاً إذا كانت النتيجة محصورة بين 60% و 70%؛
- يُعدّ ثبات الظاهرة المدروسة جيّداً إذا كانت النتيجة محصورة بين 70% و 80%؛
- يُعدّ ثبات الظاهرة المدروسة ممتازاً إذا كانت النتيجة أكبر من 80%.

وكانت نتائج الاختبار وفقا لما يلي.

4-2-1- اختبار الثبات للمحور الأول

يبيّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار ألفا كرونباخ على فقرات المحور الأول الذي يُعنى بدراسة مدى توفير دور البنوك في توفير شروط ومُتطلّبات التمويل السياحي.

جدول رقم: (3-09): اختبار ألفا كرونباخ لفقرات المحور الأول

عدد الفقرات	قيمة كرونباخ ألفا
06	.779

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19.

⁴ - السيد محمد أبو هشام حسن، مرجع سابق، ص: 2.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ تساوي 77.9% وهي محصورة بين 70% و80%، مما يدل على أنّ ثبات الفقرات المدرجة في المحور الأول من الاستبيان "جيدة"، وهي لا تتأثر بأخطاء الصدفة التي قد تحدث، كما أنّ هذه النتيجة قد تحققت دون حذف أي فقرة من الفقرات المُشكّلة للمحور، وذلك ما يُبيّنه العدد 06 في الجدول أعلاه، والذي يُعبّر عن عدد الفقرات المدرجة في المحور المذكور.

4-2-2-اختبار الثبات للمحور الثاني

يُبيّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار ألفا كرونباخ على فقرات المحور الثاني الذي يُعنى بدراسة واقع سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم: (3-10): اختبار ألفا كرونباخ لفقرات المحور الثاني

قيمة كرونباخ	ألفا
0.716	عدد الفقرات 05

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ تساوي 71.6% محصورة بين 70% و80%، مما يدل على أنّ ثبات الفقرات المدرجة في المحور الأول من الاستبيان "جيدة"، وهي لا تتأثر بأخطاء الصدفة التي قد تحدث، كما أنّ هذه النتيجة قد تحققت دون حذف أي فقرة من الفقرات المُشكّلة للمحور، وذلك ما يُبيّنه العدد 05 في الجدول أعلاه، والذي يُعبّر عن عدد الفقرات المدرجة في المحور المذكور.

4-2-3- اختبار الثبات للمحور الثالث

يُبيّن الجدول التالي نتائج تطبيق اختبار ألفا كرونباخ على فقرات المحور الثالث الذي يُعنى بدراسة دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.

جدول رقم: (3-11): اختبار ألفا كرونباخ لفقرات المحور الثالث

قيمة ألفا كرونباخ	عدد الفقرات
0.794	08

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ تساوي 79.4% محصورة بين 70% و80%، مما يدل على أنّ ثبات الفقرات المدرجة في المحور الأول من الاستبيان "جيدة"، وهي لا تتأثر بأخطاء الصدفة التي قد تحدث، كما أنّ هذه النتيجة قد تحققت دون حذف أي فقرة من الفقرات المُشكّلة للمحور، وذلك ما يُبيّنه العدد 08 في الجدول أعلاه، والذي يُعبّر عن عدد الفقرات المدرجة في المحور المذكور.

خلاصة ما سبق، أنّ نتائج الاختبارات الإحصائية التي خضع لها الاستبيان سواء من جانب الصدق أو الثبات، تدلي بصلاحيته للاستخدام في دراسة الأثر الناجم عن دور البنوك في تمويل وتطوير القطاع السياحي في الجزائر.

المطلب الثاني: وصف خصائص عينة الدراسة

يتناول هذا المطلب عرض وتحليل النتائج الإحصائية الميدانية المتعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، التي تشمل أساسا على الجنس، الفئة العمرية، الوظيفة الحالية، الخبرة المهنية، المؤهلات العلمية.

1- حسب الجنس

يُبين الجدول التالي توزيع أفراد العينة الخاضعة للدراسة حسب متغير الجنس.

جدول رقم: (3-12): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الجنس
83.33 %	30	ذكر
16.67 %	6	أنثى
100 %	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة الخاضعة للفحص من جنس الذكور، وذلك بنسبة 83.33 %، في حين أن العنصر النسوي شكّل النسبة الأقل بما يقارب 16.67 %، دون تسجيل أي إجابة غير واضحة فيما يتعلّق بجنس المُستجوب.

2- حسب الفئة العمرية

يُبين الجدول التالي توزيع أفراد العينة الخاضعة للدراسة حسب متغير الفئة العمرية.

جدول رقم: (3-13): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الفئة العمرية
13.89 %	5	أقل من 30 سنة
47.22 %	17	من 30 إلى 40 سنة
25 %	9	من 40 إلى 50 سنة
13.89 %	5	أكبر من 50 سنة
100 %	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الغالبية العظمى من أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة من فئة الشباب، إذ لم تتجاوز نسبة الذين لم تتعدّى أعمارهم 50 سنة 86.11%.

3- حسب الوظيفة الحالية

يُبيّن الجدول التالي توزيع أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة حسب متغير الوظيفة الحالية.

جدول رقم: (3-14): توزيع عيّنة الدراسة حسب متغير الوظيفة الحالية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الوظيفة الحالية
16.67%	6	مدير بنك
25%	9	موظف في البنوك
30.55%	11	أصحاب وكالة سياحية
27.78%	10	مسير لدى وكالة سياحية
100%	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن العيّنة الخاضعة للدراسة تتشكّل بالدرجة الأولى من أصحاب وكالة سياحية وذلك بنسبة 30.55%، يليها مسير لدى الوكالة السياحية بنسبة 27.78%، وعلى العموم ما يلاحظ من خلال دراسة خصائص العيّنة الخاضعة للدراسة من جانب الوظيفة هو وجود نوع من التوازن بين الجانبين ، إذ تقارب نسبة التمثيل لكلاهما 50% من إجمالي العيّنة الخاضعة للفحص.

4- حسب الخبرة المهنية

يُبيّن الجدول التالي توزيع أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.

جدول رقم: (3-15): توزيع عيّنة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الخبرة المهنية
16.67%	6	أقل من 05 سنة
55.56%	20	من 05 إلى 10 سنة
19.44%	7	من 10 إلى 15 سنة
8.33%	3	أكبر من 15 سنة
100%	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الغالبية العظمى من أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة يمتلكون خبرة معتبرة ، حيث تجاوزت نسبة الأفراد الذين تفوق خبرتهم 05 سنوات 83.33%.

5- حسب المؤهلات العلمية

يُبيّن الجدول التالي توزيع أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة حسب متغير المؤهلات العلمية.

جدول رقم: (3-16): توزيع عيّنة الدراسة حسب متغير المؤهلات العلمية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	المؤهلات العلمية
13.89%	5	مهندس دولة
58.34%	21	ليسانس
19.44%	7	دراسات تطبيقية
8.33%	3	شهادة مهنية
100%	36	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS 19.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن العدد الأكبر من أفراد العيّنة الخاضعة للدراسة حاصلين على شهادة ليسانس وذلك بنسبة 58.34%، يليهم الحاصلين على شهادات الدراسات التطبيقية بنسبة 19.44%، أمّا أدنى نسبة فقد سُجّلت لدى صنف حاملي شهادات المهنية في الاختصاص حيث بلغت نسبة تمثيلهم في العيّنة الخاضعة للدراسة 8.33% فقط من إجمالي العيّنة الخاضعة للدراسة.

المبحث الثاني: تحليل نتائج استبيان دور البنوك في تمويل وتطوير القطاع السياحي بالجزائر

المطلب الأول : دراسة محاور الاستبيان

يحتوي الاستبيان المتعلّق بدراسة دور البنوك في تمويل وتطوير القطاع السياحي بالجزائر على ثلاثون (20) فقرة مُقسّمة على ستة (04) محاور، يُعنى كل محور بدراسة أثر تطبيق معايير المحاسبة الدولية على جانب من جوانب البيئة السياحية الجزائرية.

وسوف نستخدم في تحليل المعلومات المُجمّعة ميدانيا مقياس ليكارت الثلاثي الذي يعمل على أساس المعايير المبيّنة في الجدول أدناه:

محايد	غير موافق	موافق
3	2	1

ومنه تكون طول الفترة المعبرة عن كل إجابة وفقا للعلاقة التالية:⁵

طول الفئة = المدى العام / عدد الفئات

وبالتالي يصبح طول الفئة كالتالي: $0.8 = 3 \div (1-3)$ ، وتكون مجالات المتوسطات المرجحة المقابلة لكل إجابة وفقا لما يلي:

موافق؛] 1.00 - 1.67]

غير موافق؛] 1.67 - 2.33]

محايد؛] 2.33 - 3.00]

⁵ - عيد النور موساوي، يوسف بركان، الإحصاء 1، دار العلوم للنشر والتوزيع، الحجار، عنابة، 2009، ص: 14.

1- دور البنوك في توفير شروط ومُتطلبات التمويل السياحي

للقوف على مدى توفير البنوك في توفير شروط ومُتطلبات التمويل السياحي في الجزائر، حيث تم إدراج خمسة فقرات أساسية.

جدول رقم: (1-17): نتائج مقياس ليكارت حول المحور الأول

الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
A1	مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا انه يتطلب تمويله من طرف البنوك	3.7667	0.95643	موافق
A2	نقص الاحترافية والحوافز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي وهذا ما أدى في كثير من الحالات إلى رفض البنوك من عملية التمويل	3.5667	1.05609	موافق
A3	رغم المشاكل التي قد تحدث للبنك عند عملية التمويل لهذه المشاريع إلا أن الشروط المطلوبة لا تتوفر رغم الاعتمادات والضمانات المقدمة خصوصا مع نقص المتابعة الميدانية من طرف البنك.	3.2833	1.33216	محايد
A4	رغم أن الدولة وضعت صندوق ضمان مخاطر القروض إلا أنه لم يتم تدخله في تعويض البنك في المجال السياحي.	3.6833	1.11947	موافق
A5	رغم الإجراءات المتخذة من طرف الدولة والتي تتعلق بتحديد الحد الأقصى للتمويل من طرف البنك للمشاريع بصفة عامة والتي تتم في إطار هيئات الدعم لكننا نلاحظ عدم فعاليتها من طرف البنوك.	3.5333	1.16303	موافق
T1	دور البنوك في توفير شروط ومُتطلبات التمويل السياحي بالجزائر	3.5667	0.98331	موافق

المصدر: إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS 19

يُنَبِّين من خلال الجدول أعلاه أنّ المحور الأول (T1) المُتعلّق بالوقوف على مدى توفير البنوك للشروط والمُتطلبات التمويلية للقطاع السياحي بالجزائر، يقع في مجال الموافقة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.56) وانحراف معياري بلغ (0.98).

والملاحظ أنّ هذه النتيجة قد نتجت عن الإجابات حول أغلب الفقرات المُشكّلة له، فبالرغم من وجود تشتت في ردود المُستجوبين على الفقرات حيث بلغ الانحراف المعياري إلى أقصاه (1.33) في الردود حول الفقرة الثالثة (A3)، ثم لدى الفقرة الخامسة (A5) الذي بلغ (1.16)، إلا أنّ الملاحظ هو أن المتوسط الحسابي لكل فقرة منها يدل على وقوع أغلب

الإجابات عليها في مجال " موافق"، باستثناء الفقرة الثالثة (A3) والتي وقع متوسط الإجابات حولها في مجال "محايد" بقيمة قدرها (3.28).

2- واقع سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر

للقوف على مدى توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر حيث تم إدراج خمسة فقرات أساسية،

جدول رقم: (3-18): نتائج مقياس ليكارت حول المحور الثاني

الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
A6	تعمل الدولة على إزالة المعوقات التي تواجه النشاط السياحي في الجزائر واستغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة بكفاءة وفعالية.	3.4167	1.08612	موافق
A7	تعمل الدولة على تحديد وتوزيع الاستثمارات حسب النشاطات والمناطق السياحية مع مخططاتها للتهيئة والاتجاهات والتعليمات المتعلقة بحماية البيئة السياحية.	3.6167	1.14310	موافق
A8	تعمل الدولة على معالجة كل المشكلات الادارية التي تواجه عملية الترقية السياحية.	3.8667	1.02558	موافق
A9	تعمل الدولة على توفير الشروط التحفيزية للاستثمار في قطاع السياحي من خلال منح القروض الفندقية.	3.6167	0.95161	موافق
A10	تعمل الدولة على جرد وحماية الثروات السياحية الكبيرة والمتنوعة وتصنفها وهذا من خلال الدراسات الجدوى التي تقوم بها في مجال التراث الجزائري.	3.4100	1.26931	موافق
T2	مدى توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر	3.5833	0.89738	موافق

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19

يَتَبَيَّن من خلال الجدول أعلاه أنَّ المحور الثاني (T2) المتعلق بالوقوف على مدى توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر ، حيث يقع في مجال " الموافقة"، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.58) وانحراف معياري بلغ (0.89).

والملاحظ أنَّ هذه النتيجة قد نتجت عن الإجابات حول كل الفقرات المُشكَّلة له، فبالرغم من وجود تشتت في ردود المُستجِوبين على الفقرات حيث بلغ الانحراف المعياري

إلى أقصاه (1.26) في الردود حول الفقرة الخامسة (A10)، ثم لدى الفقرة الثانية (A7) الذي بلغ (1.14)، إلا أن الملاحظ هو أن المتوسط الحسابي لكل فقرة منها يدل على وقوع أغلب الإجابات عليها في مجال " موافق".

3- دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر

للقوف على دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر تم إدراج خمسة فقرات أساسية ضمن الاستبيان المخصّص للدراسة، وقد كانت النتائج المخصّلة من الدراسة الميدانية حول هذا المحور وفق ما يبيّنه الجدول التالي:

جدول رقم: (3-19): نتائج مقياس ليكارت حول المحور الثالث

الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
A11	تعمل الوكالات السياحية على تنمية الكفاءات البشرية بالشكل الذي يمكن من ممارسة النشاط السياحي بشكل سليم.	3.5333	1.25961	موافق
A12	ضرورة تمكين الوكالات السياحية من الاهتمام بالمناطق السياحية وتجهيزها وتنميتها وإقامة وسائل الاستقبال والإيواء	3.8667	1.05767	موافق
A13	ضرورة تمكين الوكالات السياحية من الاهتمام بالسياحة الآثار لما تكتسيه من أهمية كبيرة لاسيما في تطوير السياحة الدولية.	3.4833	1.27314	موافق
A14	ضرورة تمكين الوكالات السياحية من الاهتمام بالتشريعات والمعايير الدولية في قطاع السياحة.	3.7167	0.91582	موافق
A15	ضرورة تمكين الوكالات السياحية من الاهتمام بالإعلام السياحي على شتى وسائل الإعلام .	3.6333	1.17020	موافق
T3	دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.	3.6467	0.90041	موافق

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19

يبيّن من خلال الجدول أعلاه أن المحور الثالث (T3) والمُتعلّق بدور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر، يقع في مجال الموافقة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.64) وانحراف معياري بلغ (0.90).

والملاحظ أنّ هذه النتيجة قد نتجت عن الإجابات حول كل الفقرات المُشكّلة له، فبالرغم من وجود تشتت في ردود المُستجوبين على الفقرات حيث بلغ الانحراف المعياري

إلى أقصاه (1.27) في الردود حول الفقرة الثالثة (A13)، ثم لدى الفقرة الأولى (A11) الذي بلغ (1.25)، إلا أن الملاحظ هو أن المتوسط الحسابي لكل فقرة منها يدل على وقوع أغلب الإجابات عليها في مجال " موافق " .

4- دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي

للقوف على مدى دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي حيث تم إدراج خمسة فقرات أساسية، وقد كانت النتائج المُحصَّلة من الدراسة الميدانية حول هذا المحور وفق ما يُبيِّنُه الجدول التالي:

جدول رقم: (3-20): نتائج مقياس ليكارت حول المحور الرابع

الفقرة	محتوى الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
A16	إن إنشاء بنوك متخصصة لتمويل النشاط السياحي يعمل على تكثيف وتحفيز في مجال السياحة في الجزائر.	3.6167	1.22770	موافق
A17	إن إنشاء الأمن السياحي يعتبر عامل أساسي في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر.	3.7833	1.21401	موافق
A18	إن تكييف الأدوات والتشريعات والتنظيمات المتعلقة بآليات التمويل في مجال السياحة تساعد على تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.	3.8000	0.65411	موافق
A19	إن عملية تحسين النظام الإعلامي والاتصالي يعمل على تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر.	3.5667	1.21779	موافق
A20	إن عملية تحقيق التنمية السياحية تتوقف على ضرورة تحسين البنية التحتية للدولة من النقل السياحي والصناعات التقليدية والتنشيط الثقافي والرياضي والفني	3.7833	0.81950	موافق
T4	مدى دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي	3.7100	0.83256	موافق

المصدر: إعداد الطالبة باستخدام برنامج SPSS 19

يَبَيِّن من خلال الجدول أعلاه أن المحور الرابع (T4) المُتعلِّق بالوقوف على مدى دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي ، يقع في مجال الموافقة، وذلك بمتوسط حسابي قدره (3.71) وانحراف معياري بلغ (0.83).

والملاحظ أنّ هذه النتيجة قد نتجت عن الإجابات حول كل الفقرات المُشكّلة له، وبالرغم من وجود تشتت في ردود المُستجِوبين على الفقرات حيث بلغ الانحراف المعياري إلى أقصاه (1.23) في الردود حول الفقرة الأولى (A16)، ثم لدى الفقرة الرابعة (A19) الذي بلغ (1.21) ، إلا أن المتوسط الحسابي لكل فقرة منها يدل على وقوع أغلب الإجابات عليها في مجال "موافق".

المطلب الثاني : نتائج البحث التطبيقي

انطلاقاً من طريقة المعالجة التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة والتي جمعت بين الجانب النظري والتطبيقي وذلك بغية استقصاء وتقييم الواقع توصلنا إلى ما يلي:

• مناقشة الفرض الأول

تعلق هذا الفرض بمدى توفر البنوك في توفير شروط ومُتطلّبات التمويل السياحي في الجزائر،، حيث لاحظنا أن معظم فقرات هذا الفرض وقعت في مجال الموافقة مما يعني أنّ المعايير التمويل السياحي تساهم في توفير شروط ومُتطلّبات البيئة في الجزائر، وهذا ما يدل على استعداد الجزائر لتطبيق المعايير السياحية الدولية في ظل الظروف الحالية وقابليتهم نحو تبني المرجعية الدولية.

• مناقشة الفرض الثاني

أمّا فيما يتعلّق بهذا الفرض والذي يهتم بمدى توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر ، حيث لاحظنا أن جميع آراء المُستجِوبين يُعْتَبَرُونَ أنّ السياسات التي تتخذها الدولة في مجال السياحة لها تأثير على البيئة الجزائرية كونها تزيد من كفاءتها السياحية، كما أنّها تساهم في التطبيق السليم للطرق السياحية التي جاءت بها المعايير السياحية الدولية، مما يعني أنّ جميع المُستجِوبين يؤيدون مدى توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر

مناقشة الفرض الثالث

تناول هذا الفرض دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر، فقد وقع اختبار هذا الفرض في مجال الموافقة من طرف جميع المُستجَوِبِينَ، حيث أنّ تطبيق الوكالات السياحية يساعد المؤسسات الجزائرية على التطبيق السليم للمعايير السياحية الدولية التي تساهم في رفع مستوى الأداء السياحي للمؤسسات السياحية، إضافة إلى أنّها تساهم في رفع مستوى الفعّالية لنظام المعلومات السياحية، كَوْن المعايير السياحية تعمل على توحيد الطُّرُق السياحية وتُسَهِّل من إجراء المقارنات بين أداء المؤسسات سواء كانت لنفس المؤسسة عبر عدة سنوات أو لمؤسسات مختلفة لنفس الفترة مما يساعد على إتخاذ القرارات المناسبة في مجال النشاط السياحي.

. مناقشة الفرض الرابع

والذي يتعلّق دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي الجزائري، حيث يُجْمَع أغلبية المُستجَوِبِينَ أن هاته البيئة قادرين على التطبيق السليم للمعايير السياحية الدولية في الوقت الحالي، رغم قابليتها للتطبيق في الفرض الأول، مما يعني ضرورة تحسين مستوى العلاقات العامة .

خلاصة الفصل

وفي ما يلي سنسرد أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الميدانية:

- توفير البنوك في توفير شروط ومُتطلبات التمويل السياحي في الجزائر؛
- توفير سياسات الدولة في تنشيط وتطوير النشاط السياحي في الجزائر؛
- دور الوكالات السياحية في تطوير وتنشيط النشاط السياحي في الجزائر؛
- دور العلاقات العامة في التعاون بين مختلف القطاعات في تنشيط وتطوير النشاط السياحي الجزائري.

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ

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 والسهر على توافقه مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بتحديد الأولويات في مناطق التوسع السياحي وفي أشكال السياحة التي يجب ترقيةها.

وكون السياسة السياحية يجب أن تكتسي طابع السياسة الوطنية في برنامج الحكومة، ينبغي إعادة النظر في الإطار العام للتنظيم بمراعاة الاختيارات الإستراتيجية الكبرى والأهداف العامة للمخطط الرئيسي وتحويلها 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 والخارج.

فبالرغم من الإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر نجد أن هذا القطاع يعاني من عدة مشاكل حالت دون تطوره، والتي وقفت حجر عثرة أمام المستثمرين لدخول هذا المجال وتحقيق المرودية التي كان يفترض أن تتحقق، ويمكن تلخيص تلك المشاكل في:

1- الضعف والتأخر 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 والحرفية 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 وتأخر 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 والمحيط 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، والتي من شأنها أن تمنح تحفيزات و ضمانات للمستثمرين الوطنيين والأجانب العموميين والخواص، كما أنشأت عدة هيئات لتدعيم الاستثمار بشكل عام مثل: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب والصندوق الوطني للتامين على البطالة، أما في المجال السياحي فقد تم إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحة والتي تهتم بالعقار السياحي والمؤسسة 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 الاستبيان .

إن هذه الدراسة والتي تناولنا فيها دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ومن خلال معطيات المديرية الولائية للسياحة بالولاية، فقد سمحت لنا بالوصول إلى عدة نتائج نذكر منها :

نتائج الدراسة:

- 1 - لاحظنا ان معايير التمويل السياحي تساهم في توفير شروط ومتطلبات البيئة في الجزائر وهذا ما يدل على استعداد الجزائر لتطبيق المعايير السياحية الدولية في ظل الظروف الحالية.
- 2 - وتعرفنا من خلال استجواباتنا من الاستبيان بان السياسات التي تتأخذها الدولة في السياحة لها تاثير ايجابي بحيث انها تزيد بالكفاءة في السياحة .
- 3 - نجاح الوكالات السياحية في تنشيط السياحة وذلك من خلال ما تبين في الفرض فقد وقع اختبار هذا الفرض في مجال الموافقة من طرف جميع المستجوبين.

4 - من خلال المستجوبين تبين ان مختلف القطاعات تساهم في تنشيط وتطوير السياحة وذلك بتطبيق المعايير السياحية الدولية في الوقت الحالي.

المسرح الجمعي

الكتب

1. إبراهيم هندي منير، الفكر الحديث في هيكل الشركات مركز الدالة للطباعة، مصر 2003 .
2. أبو رمان اسعد حماد ، التسويق السياحي والفندقي ، المفاهيم والأسس العلمية، دار حامد، الأردن، ط 1 2000 .
3. أبو قحف عبد السلام ، صناعة السياحة في مصر ، المكتب العربي الحديث ، القاهر 1992.
4. - إسماعيل محمد عثمان، التمويل والإدارة المالية في المنظمات الأعمال، دار النهضة العربية القاهرة 1995.
5. الحجازي عبيد على احمد ، مصادر التمويل ، دار النهضة العربية ، 2001 .
6. الزهري احمد حسن، التمويل و الادارة المالية مطبعة النسر الذهبي القاهرة 1996
7. السيد محمد أبو هشام حسن، الخصائص السيكومترية لأدوات القياس في البحوث النفسية والتربوية، محاضرات منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية، 2006، .
8. - القزويني شاكر، محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2001.
9. المصري سعيد محمد، ادارة و تسويق الانشطة الخدمية المفاهيم و الاستراتيجيات - الدار الجامعية مصر 2002.
10. حسن حسنين جلييلة، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية 2003
11. خبابة نور الدين، الإدارة المالية، بيروت، دار النهضة، 1998.
12. رشدي شيحه مصطفى اقتصاديات النقود والمصارف والمال دار المعارف الجامعية الإسكندرية 1996.
13. زيتون مصطفى كتاب الاحصاء السياحي مكتبة الاهرام 2001.
14. سعيد توفيق عبيد، الإدارة المالية، مكتبة عين شمس، القاهرة، .
15. طه طارق ، البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، الإسكندرية 2000 .
16. عبد الهادي دلال، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر الإسكندرية، مصر 2006.
17. عبد الوهاب صلاح الدين، "اعتبارات في التسويق"، نشرة بحوث السياحة، العدد 06،

- 1970.
18. عبد الوهاب، صلاح الدين اعتبارات في التسويق السياحي، نشرة بحوث السياحة، العدد 06، مصر، 2004.
19. عبد الوهاب صلاح، التخطيط السياحي، الدار القومية للنشر، العدد الثاني، القاهرة، 1991.
20. عبس يسري، السلوك الاستهلاكي للسائح، طبعة 01 الإسكندرية 2002
21. عزة الحيداني محمد أيمن، الإدارة المالية في الشركات، الطبعة 2-1999.
22. عطاالله أبو سيف ابادير، دور الإيرادات السياحية في تمويل التنمية الاقتصادية في جمهورية مصر العربية دراسة تحليلية مقارنة رسالة ماجستير غير منشورة جامعة حلوان القاهرة 1981.
23. عطية عبير، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر.
24. كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004.
25. لطرش الطاهر تقنيات البنوك ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر الطبعة 2-2003.
26. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران لل نشر و التوزيع، مصر، 1997
27. محمود عبد الخالق، السياحة العالمية، مجلة الأهرام الاقتصادي، العدد 21 القاهرة 2003
28. موساوي عبد النور يوسف بركان، الإحصاء 1، دار العلوم للنشر والتوزيع، الحجار، عنابة، 2009.
29. هدي سيد لطيف، السياحة بين النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع القاهرة مصر، 1994

الملتقيات

1. مؤتمر السياحة في مصر، يومي 22-23 مارس، 1988.

2. المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي ، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية ، الدورة 16 نوفمبر 2000 .
3. عبد اللطيف بلخرسة، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل أدائها في ظل استراتيجيات الاقتصاد الكلي بالنظر للإصلاحات المصرفية دورة تدريبية حول تمويل مؤسسات صغيرة و متوسطة وتطور دورها في اقتصاديات المغاربية 25-28 ماي 2003سطيف.

المذكرات

1. مرسى سلوى "تخطيط السياحة في الجمهورية العربية المصرية وأهميتها ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.2001.
2. حفيظ مليكه ،السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر, رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة منتوري ، قسنطينة ،جوان 2003 .

الجرائد الرسمية

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

المصادر

1. المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر ، الديوان الوطني للإحصائيات نشرة، 1991 .
2. بنك الإسكندرية، دراسة عن التأجير التمويلي 1997
3. بنك الإسكندرية ،دراسة عن التأجير التمويلي .
4. وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي، 2008.

المجلات

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

المراجع الاجنبية

1. Pierre py , le tourisme un phénomène économique ,édition les études de la documentation française ,Paris,1996.
2. AHMED TISSA. Economie touristique et aménagement du territoire. Opu Alger .
3. Jean Stafford :Micro -économie du tourisme , édition presse de l'université

du Québec, 1996.

4. Hollier :Le marketing touristique ,que sais -je ? édition PUF ,5eme édition 1996 .

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

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