

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
العنوان

المنهجية المتكاملة لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام
- بعث وتطوير قرية سياحية بمنطقة سيدي معروف
- ولاية جيجل -

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

تحت إشراف الأستاذة:

* درويش صفية

من إعداد الطالبتين:

* حمروش خديجة

* غديري إيمان

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	الاستاذ: حمودة سامي
مشرفا	جامعة جيجل	الاستاذة: درويش صفية
مناقشا	جامعة جيجل	الاستاذة: عزيزي و داد

الشكر:

نشكر الله عز وجل على نعمته التي أنعمها علينا لإتمام إنجاز هذه المذكرة.

نتقدم بالشكر إلى كل من علمنا حرفاً نافعاً وعملاً صالحاً.

كما نتقدم بأسمى عبارات التقدير والاحترام والشكر للدكتورة

* درويش صافية *

التي أشرفت على هذه المذكرة

وكل جهودها المبذولة والتوجيهات المقدمة في سبيل إنجاز هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا شكر أعضاء لجنة المناقشة على التفضل بقبول مناقشة هذه المذكرة بمؤسسة
البحر العلمي.

كما نشكر كل الأساتذة والأصدقاء الذين قدموا لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

الإهداء:

أهدي هذا العمل المتواضع إلى

أمي الحبيبة وأبي العزيز

إلى إخوتي الأعماء

إلى أحمائي وأصدقائي

وكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

خديجة

الإهداء:

مررت قاطرة البحث بكثير من العوائق ومع ذلك حاولت أن أتخطاها بثبات بفضل الله

الحمد لله على إحسانه وله الشكر على توفيقه

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من قال فيهما الرحمان << وبالوالدين إحسانا >>

إليك يا أمي يا من علمتني العطاء دون انتظار مقابل، يا من زرعني في قلبي أسمى معاني

الأفاضل....

إلى ذلك الصرح العظيم الذي علمني الخلق الكريم، أبي صاحب الفضل الكبير

إلى إخوتي وأخوتي سدي في حياتي...

إلى من كانوا لي أوفياء ... أحبائي وأصدقائي...

إليهم جميعا أهدي عملي.

إيمان

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن كيفية بعث وتطوير منتج سياحي مستدام من خلال التركيز على مبادئ أساسية تقوم على تحقيق نمو اقتصادي، عدالة اجتماعية، وحماية للبيئة مع الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والمادية من اجل الحفاظ على مستلزمات الأجيال القادمة أي تحقيق مفهوم السياحة المستدامة. استخدمت الدراسة منهاجاً وصفياً تحليلياً مدعماً بالبيانات والوثائق ذات العلاقة بالمشكلة البحثية بالإضافة للاستبيان ومجموعة من المقابلات، بينت كل المؤشرات المتحصل عليها من خلال طرق التقييم أن مشروع قرية الصخر الأحمر المستدامة بمنطقة سيدي معروف بولاية جيجل مجدي اقتصادياً، اجتماعياً وبيئياً.

الكلمات المفتاحية: المنتج السياحي المستدام، السياحة المستدامة، دراسة الجدوى.

The Summary:

This study aimed to search for how to create and develop a sustainable tourism product by focusing on basic principles based on achieving economic growth, social justice, and protection of the environment with the optimal use of natural and material resources in order to preserve the requirements of future generations, ie achieving the concept of sustainable tourism.

The study used a descriptive analytical approach supported by data and documents related to the research problem in addition to a questionnaire and a set of interviews. All indicators obtained through evaluation methods showed that the Red Rock sustainable village project in the Sidi Maarouf region in Jijel state is economically, socially and environmentally feasible.

Keywords: sustainable tourism product, sustainable tourism, feasibility study.

الفهرس:

الصفحة	
	الشكر
	الإهداء
	الإهداء
	الملخص
	فهرس المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
أ	المقدمة العامة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة
06	تمهيد
	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام
07	المطلب الأول: عموميات حول المنتج السياحي
07	1. مفهوم السياحة
08	2. مفهوم المنتج السياحي
09	3. دورة حياة المنتج السياحي
10	4. مكونات المنتج السياحي
10	5. أشكال المنتج السياحي
11	المطلب الثاني: مفاهيم حول المنتج السياحي المستدام
11	1. تعريف السياحة المستدامة
11	2. مفهوم المنتج السياحي المستدام
12	3. شروط بعث المنتج السياحي المستدام
12	المطلب الرابع: مراحل بعث وتطوير منتج سياحي مستدام
14	1. مفهوم المنتج السياحي المستدام
15	2. دراسة جدوى المنتج السياحي المستدام
29	3. طرح المنتج السياحي المستدام
30	4. تقييم ومراقبة المنتج السياحي المستدام
	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

30	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
32	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
33	المطلب الرابع: موقع الدراسة من الدراسات السابقة
34	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام بولاية جيجل
36	تمهيد الفصل
	المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة بولاية جيجل
37	المطلب الأول: لمحة عامة عن ولاية جيجل
37	1. الخصائص الجغرافية
37	2. الخصائص التاريخية
38	المطلب الثاني: واقع السياحة بولاية جيجل
38	1. المقومات الطبيعية
39	2. المقومات التاريخية والثقافية
39	3. المقومات المادية
40	المطلب الثالث: تطور الطلب السياحي على ولاية جيجل
40	1. الطلب السياحي على الفنادق
41	2. الطلب السياحي على الشواطئ
41	المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية للسياحة بولاية جيجل
41	1. التدفقات البشرية
42	2. التدفقات النقدية
42	3. العمالة في القطاع السياحي
	المبحث الثاني: مراحل بعث قرية الصخر الأحمر المستدامة بولاية جيجل
43	المطلب الأول: تحديد مفهوم قرية الصخر الأحمر السياحية
43	1. البحث عن الأفكار
45	2. غربلة الأفكار وترتيبها
46	3. مفهوم قرية الصخر الأحمر السياحية
47	المطلب الثاني: دراسة جدوى قرية الصخر الأحمر السياحية
47	1. دراسة الجدوى الأولية
47	2. دراسة الجدوى التفصيلية
78	المطلب الثالث: تنفيذ مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية

78	1. مراحل تجسيد مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية
79	2. شروط وكيفيات استغلال القرى السياحية
81	3. تخطيط عناصر المزيج التسويقي لقرية الصخر الأحمر السياحية
82	خلاصة الفصل
84	الخاتمة
88	قائمة المراجع
94	قائمة الملاحق

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	دورة حياة المنتج السياحي	09
02	مراحل بحث وتطوير منتج سياحي مستدام	13
03	نسب جنس عينة الدراسة	50
04	الحالة العملية لأفراد الدراسة	50
05	الدخل الفردي لأفراد العينة	51
06	مكان إقامة أفراد العينة	51
07	عدد أيام العطل السنوية	52
08	الهدف من القيام بالعطلة السنوية	52
09	العوامل المشجعة على اختيار وجهة قضاء العطلة	53
10	سبب عدم زيارة ولاية جيجل	53
11	الفصل المناسب لزيارة ولاية جيجل	54
12	دوافع زيارة ولاية جيجل	54
13	شكل خروج أفراد العينة	55
14	وسيلة تنقل أفراد العينة أثناء زيارتهم لولاية جيجل	55
15	مكان إقامة أفراد العينة عند قدومهم لولاية جيجل	56
16	متوسط إنفاق أفراد العينة عند قيامهم بالرحلة السياحية	56
17	النشاطات التي يفضل أفراد العينة القيام بها في رحلتهم السياحية	57
18	السلبيات التي واجهت أفراد العينة عند زيارتهم لولاية جيجل	57
19	وسيلة التنقل من أسفل الجبل وصولا للقريبة السياحية	58
20	المرافق التي يفضل أفراد العينة توفرها في القرية السياحية	59
21	التصميم الخارجي للقريبة	59
22	التصميم الداخلي للقريبة	60
23	الأنشطة التي يرغب زوار القرية في ممارستها	60
24	تأثير السعر على اتخاذ قرار اختيار الوجهة السياحية	61

قائمة الأشكال

61	الوسائل الترويجية المستخدمة لدى أفراد العينة	25
62	التوزيع	26
62	احتمال قدوم أفراد العينة للقريبة السياحية	27

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
15	ترتيب الأفكار باستخدام مصفوفة	01
40	تطور عدد السياح الوافدين على الفنادق والليالي المقضاه بها خلال الفترة 2018-2020	02
41	تطور توافد السياح على الشواطئ المسموح السباحة بها خلال الفترة 2018-2020	03
41	التدفقات البشرية للسياح على هياكل الإيواء للفترة الممتدة ما بين 2018-2020	04
42	التدفقات النقدية الناتجة عن هياكل الإيواء للفترة الممتدة ما بين 2018-2020	05
42	تغير حجم العمالة في القطاع السياحي خلال الفترة 2018-2020	06
64	الطاقة الإنتاجية لقرية الصخر الأحمر السياحية	07
66	التجهيزات الخاصة بدائرة سيدي معروف	08
69	تقدير احتياجات قرية الصخر الأحمر من القوى العاملة	09
71	تقدير الإيرادات المتوقعة للسنة الأولى لقرية الصخر الأحمر السياحية	10
72	الإيرادات المتوقعة لقرية الصخر الأحمر خلال عمرها الاقتصادي	11
73	تقدير التكاليف التشغيلية للسنة الأولى لقرية الصخر الأحمر السياحية	12
74	التكاليف التشغيلية للسنة الأولى لقرية الصخر الأحمر السياحية	13
75	الهيكل التمويلي لقرية الصخر الأحمر السياحية	14
76	التكلفة المتوسطة المرجحة لمصادر تمويل قرية الصخر الأحمر السياحية	15
77	صافي التدفقات النقدية لقرية الصخر الأحمر السياحية خلال عمرها الاقتصادي	16
80	مخطط تجهيز قرية الصخر الأحمر السياحية	17

المقدمة

تحظى السياحة اليوم بأهمية بالغة في مختلف دول العالم إذ تعد واحدة من أهم الصناعات التي تعتمد عليها الدول في تنمية اقتصادها وتنويعه، فهي أحد مصادر كسب العملة الصعبة وتعتبر حل لبعض المشكلات كالبطالة من خلال خلق فرص عمل جديدة هذا بالإضافة لإمكانية تنمية المناطق الريفية والجبلية. وباعتبار القطاع السياحي قطاعا خدميا بامتياز فإنه يؤدي بالضرورة للعمل على بعث منتجات سياحية من خلال التحسين والتطوير المستمر لها وإعداد خطط سياحية مدروسة ومضبوطة مبنية على منهج علمي صحيح وسليم كجزء متعلق بالتنمية الشاملة، بهدف جذب أكبر عدد ممكن من السياح والحفاظ على السياح المحليين.

وللحفاظ على حاجات الأجيال القادمة ووضع حد للاستغلال المفرط للموارد الطبيعية والبيئية تم تطبيق مفهوم السياحة المستدامة إذ تعتبر هذه الأخيرة من أكثر المفاهيم حداثة وشيوعا في الوقت الحالي، فلم تعد تقتصر على المنظور الاقتصادي والاجتماعي فقط بل شملت المنظور البيئي والثقافي أيضا من خلال دعمها للحفاظ على التراث الطبيعي والإرث التاريخي للمقصد السياحي.

تحتضن الجزائر عموما وولاية جيجل على غرار ولايات الوطن إرثا حضاريا سياحيا متميزا يدل السائح على مدى أهمية هذه الولاية، هذا الإطار الطبيعي والتنوع الثقافي يعد الأساس لإقامة وجهة سياحية مستقطبة، وبالنظر إلى المشهد السياحي لولاية جيجل نجد أنه يغلب عليه الطابع الموسمي، والنقص الحاد في المرافق السياحية خاصة الإيوائية وإذا ما أرادت الولاية أن تستغل السياحة كمورد طبيعي غير ناضج لإنعاش اقتصادها بطريقة مستدامة، لا بد عليها من بعث وتطوير منتجات سياحية مستدامة وفق معايير وخطط علمية منهجية ودراسات جدوى اقتصادية، اجتماعية وبيئية لتدعيم القطاع السياحي بولاية جيجل.

بناء الإشكالية:

في ظل التوجه العالمي المتزايد نحو صناعة السياحة، تبقى الجزائر بعيدة عن هذا المجال على الرغم من توفرها على مقومات سياحية متنوعة على اتساع مجالها الجغرافي الذي تحتل فيه ولاية جيجل موقعا سياحيا هاما يحتاج إلى جهود جادة ليؤهلها كمنطقة جذب سياحية بمعايير مستدامة من خلال بعث وتطوير منتجات سياحية مستدامة باعتبارها الركيزة الأساسية للاقتصاد السياحي المستدام بالولاية.

فما هي المعايير الكفيلة بإنجاح بعث منتج سياحي وفق رؤية تنموية مستدامة بولاية جيجل؟

ويتفرع عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

1. ما هي مراحل بعث منتج سياحي مستدام؟
2. ما جدوى بعث قرية سياحية مستدامة بولاية جيجل؟

فرضيات الدراسة:

لمعالجة القضايا المطروحة في البحث يجدر بنا أن نحدد الفرضيات الأساسية للموضوع لتكون منطلقا للبدء بمعالجة جوانب البحث والتي نوجزها فيما يلي:

1. تعتبر دراسة رغبات السياح قاعدة أساسية لنجاح المنتج السياحي في تفعيل النشاط الاقتصادي؛
2. تعتبر دراسة الجدوى مرحلة أساسية لنجاح المنتج السياحي في تفعيل السياحة المستدامة؛
3. تتمتع ولاية جيجل بمقومات بعث منتج سياحي مستدام.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كون القطاع السياحي أصبح بديلا اقتصاديا مهما من شأنه أن يسهم في تدوير عجلة التنمية المستدامة على المستويين الكلي والجزئي، ذلك إذا ما تم العمل على بعث منتجات سياحية مستدامة كفيلة بتدعيم هذا القطاع في محفظة التنمية، وهذا ما زاد من أهمية الدراسة حيث تعتبر وفي حدود اطلاعنا الأولى من نوعها وبالتالي إضافة جديدة للبحوث الاقتصادية التي تتناول قضايا السياحة بولاية جيجل.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى:

1. إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة والدور الذي يلعبه في التنمية؛
2. تشخيص واقع السوق السياحية بولاية جيجل وإبراز أهميته في دعم الاقتصاد المحلي؛
3. تنبيه الجهات الوصية إلى ضرورة تبني بدائل في تحقيق التنمية المستدامة في ولاية جيجل من خلال بعث منتجات سياحية مستدامة بشكل مخطط ودروس؛
4. تقديم اقتراحات لتفعيل السياحة المستدامة بولاية جيجل؛

أسباب اختيار الموضوع:

من بين أسباب اختيارنا لموضوع الدراسة ما يلي:

1. إثراء الرصيد المعرفي والمكتبة بموضوع جديد؛
2. محاولة رصد ووضع تصور لموضوع بعث منتج سياحي مستدام من خلال البحث العلمي السليم؛

3. تم اختيار الموضوع بحكم التخصص المدروس (تسويق سياحي وفندقي) والرغبة في التعمق أكثر في هذا المجال؛

4. بقاء المنتج السياحي بولاية جيجل متخلفا نسبيا عن المنتجات السياحية في الولايات المجاورة بالرغم من توفرها على إمكانيات أحسن؛

حدود الدراسة:

هناك حدود زمنية، مكانية وموضوعية يمكن إيجازها فيما يلي:

- الحدود الزمنية: امتدت مدة دراستنا لهذا الموضوع ابتداء من 2021|03|03 إلى غاية 2021|06|30 .
- الحدود المكانية: شملت الدراسة حدود ولاية جيجل عموما ودائرة سيدي معروف خصوصا.
- الحدود الموضوعية: تم معالجة الموضوع من الجانب النظري من خلال التطرق للسياحة والمنتج السياحي المستدام ومراحل بعثه وتطويره هذا باعتباره النواة الأولى لتنمية وتطوير السياحة المستدامة.

المنهج المتبع وأدوات الدراسة:

قصد اختبار صحة الفرضيات سنعتمد على المنهج الوصفي والتحليلي، بهدف وصف والتعريف بمتغيرات الدراسة وذلك بإتباع طريقة IMRAD وباستخدام أساليب المعالجة الإحصائية والاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة تتمثل في الكتب الأكاديمية، الدوريات المتخصصة، الرسائل الجامعية والمنشورات الوطنية والدولية، إضافة إلى المواقع الالكترونية والملتقيات العلمية فضلا عن المقابلة والاستبيان الموجه إلى السياح الوافدين على ولاية جيجل.

صعوبات الدراسة:

من أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال الدراسة ما يلي:

1. قصر المدة الزمنية المخصصة لإعداد الدراسة؛
2. ندرة المراجع الخاصة بالمنتج السياحي المستدام؛
3. صعوبة الحصول على المعلومات الخاصة بدراسة أي مشروع حفاظا على سرية المعلومات المتعلقة بالمشروع.

هيكل الدراسة:

من أجل معالجة موضوع المنهجية المتكاملة لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام -بعث وتطوير قرية سياحية بمنطقة سيدي معروف بولاية جيجل- في جانبه النظري قسمت الدراسة إلى فصلين هما:

- الفصل الأول: ستم فيه الدراسة النظرية والتطبيقية حول بعث منتج سياحي مستدام حيث ينقسم إلى مبحثين:

- المبحث الأول: يتمحور حول الأدبيات النظرية لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام؛
- المبحث الثاني: خصصناه لاستعراض بعض الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع وإبراز ما يميز هذه الدراسة عنها.

- الفصل الثاني: سيتم فيه تعزيز الجانب النظري لدراسة تطبيقية حول بعث قرية الصخر الأحمر المستدامة بمنطقة سيدي معروف ولاية جيجل، وينقسم أيضا إلى مبحثين:

- المبحث الأول: خصصناه لتشخيص واقع السياحة بولاية جيجل؛
 - المبحث الثاني: يتعلق بمراحل بعث قرية الصخر الأحمر المستدامة بولاية جيجل.
- وتختم الدراسة بخاتمة نجيب فيها على كل التساؤلات الواردة في المقدمة وسنعرض فيها أهم النتائج التي تم التوصل إليها ثم إدراج اقتراحات حول تعزيز السياحة المستدامة بولاية جيجل.

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد:

أصبحت السياحة قطاعا إنتاجيا بحد ذاته حيث تمثل محورا أساسيا في أنشطة الخدمات المختلفة وتعد من بين أحد الأساليب المتبعة لتحقيق التنمية الاقتصادية، ذلك كونها جزءا من الأنشطة التنموية التي تعتمد على البيئة بمختلف مكوناتها مما أدى إلى ظهور منتجات سياحية مستدامة وتطورها.

حيث تلعب المشاريع السياحية دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية، لذلك يجب اختيار المشاريع بدقة عالية ، ولتفادي أي معوقات قد تواجه المستثمر في المستقبل يجب عليه أولا أن يقوم بدراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع لكي يتمكن من خلالها تحديد أهم القرارات المساعدة في تنفيذ مشروعه الاستثماري.

تضمن الفصل الأول كل من:

✓ **المبحث الأول:** الأدبيات النظرية لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام؛

✓ **المبحث الثاني:** الأدبيات التطبيقية للدراسات السابقة؛

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام

المطلب الأول: عموميات حول المنتج السياحي

تعد السياحة من أكثر القطاعات استقطاباً وجذباً للمتعاملين الاقتصاديين حديثاً، إذ أصبحت صناعة راقية في العديد من الدول وهناك العديد من الدراسات في الحقل السياحي التي أعطت مفهوماً للسياحة وفق وجهات نظر مختلفة ومتنوعة.

الفرع الأول: مفهوم السياحة

أولاً: تعريف السياحة

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفاً في اللغة العربية، فالمفهوم اللغوي للفظ سياحة نجد أنه يعني التجوال وعبارة "ساحة في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض". أما في اللغة الإنجليزية "Tour" نجد يعني يحول أو يدور أما كلمة "Tourisme" أي السياحة فمعناها الالتقاء والدوران¹.

أما اصطلاحاً فيعتبر تعريف العالم الألماني "Jobber Feuler" سنة 1905م أول تعريف للسياحة، جاء فيه: "السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس منها الحصول على الاستجمام وتغيير المحيط الذي يعيش فيه الإنسان والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال الطبيعة ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة"².

كما عرفت الأكاديمية الدولية للسياحة على أنها "اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشط وإشباع لحاجات السائح"³.

بناءً على التعريفين السابقين يمكننا اعتبار السياحة بأنها نشاط يقوم من خلاله الفرد بالانتقال من مكان إقامته إلى أماكن أخرى، بغرض تلبية حاجاته الخاصة شرط أن لا تتعدى مدة إقامته سنة.

ثانياً: أهمية السياحة

للسياحة أهمية كبيرة تتمثل فيما يلي⁴:

- انتعاش اقتصاد المناطق السياحية نتيجة لزيادة الإنفاق السياحي بها؛

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص، 21.

² محصول عبد السلام، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية -دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، مذكرة ماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، 2013 - 2014، ص 12.

³ فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة (بين النظرية والتطبيق)، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، عمان-الأردن، 2015، ص، 34.

⁴ ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة-مصر، 2001، ص، 45.

- تنشيط الصناعات المختلفة ذات الارتباط المباشر وغير المباشر بالسياحة؛
- تخفيف حدة مشكلة البطالة في المناطق السياحية وخلق فرص عمل؛
- رفع الوعي الثقافي والفكري والسياحي لدى المواطنين أنفسهم.

الفرع الثاني: مفهوم المنتج السياحي

تعتبر المنتجات السياحية من بين أهم العوامل التي تجذب السياح للمناطق السياحية سواء كان ذلك من خلال تنوع الخدمات المقدمة له أو من خلال تنوع المناخ وتضاريس المعالم. وسنتطرق فيما يلي لمفهوم المنتج السياحي وأهم العناصر المتعلقة به.

أولاً: تعريف المنتج السياحي

هناك عدة تعاريف مختلفة للمنتج السياحي نذكر منها:

يعرف بأنه: "مجموعة متكاملة من عناصر الجذب السياحي والتسهيلات والخدمات المتوفرة بالمقصد السياحي وطرق الوصول للمقصد السياحي"¹.

وعرف أيضاً: "كل ما يقدم للسياح من المناظر الطبيعية، المسابح، الفنون الشعبية، النصب التذكارية، الآثار التاريخية، الآثار الدينية، الرياضية و التسلية... الخ. وتعتبر هذه كمواد خام يراد لها أن تطور بطرق مختلفة من أجل تلبية احتياجات الأسواق المختلفة"².

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج بأن المنتج السياحي هو: عبارة عن مجموعة المعالم الطبيعية وغير الطبيعية بالإضافة للخدمات و التسهيلات المتوفرة في المنطقة السياحية من اجل تلبية احتياجات المستهلكين.

ثانياً: خصائص المنتج السياحي

يتميز المنتج السياحي بالعديد من الخصائص نذكر منها:

- الاعتماد على العناصر الطبيعية والبشرية: يعتمد المنتج السياحي على عنصرين أساسيين هما العناصر الطبيعية والتمثلة في الموقع الجغرافي وجمال الطبيعة وكذلك طبيعة الأرض. أما العنصر الثاني فهو العنصر البشري ويشمل الخدمات المختلفة التي يقدمها المقصد السياحي مثل خدمات الإقامة والإعاشة، النقل، الإرشاد السياحي والترفيه و غيرها؛
- عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: أي صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر أي لا يمكن تحويل الفندق إلى مطار في وقت قصير¹؛

¹ أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012، ص،74.

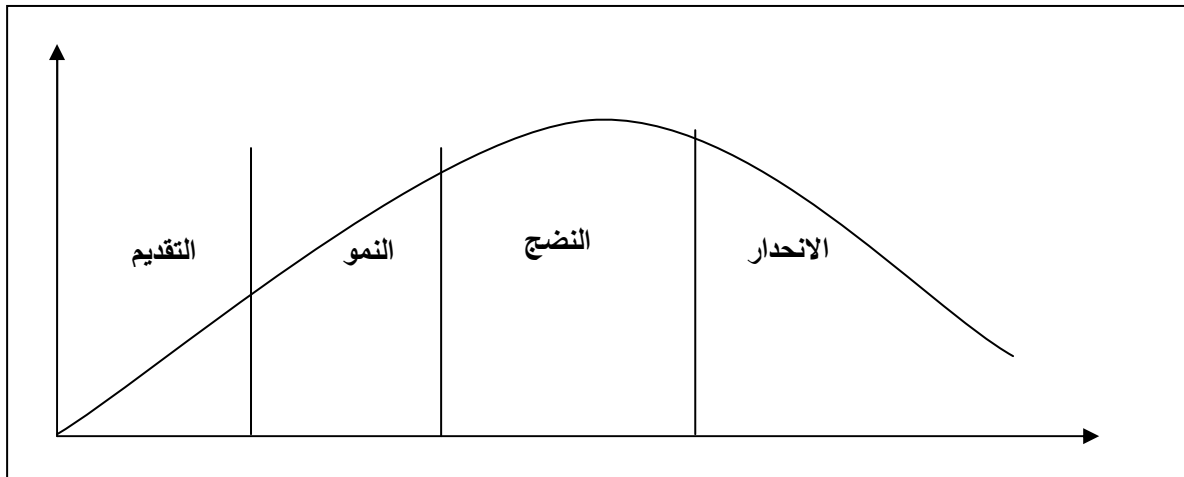
² زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016، ص،220.

- تكامل الخدمات السياحية: تتكون الخدمة السياحية من عدد من الخدمات السياحية الفرعية المترابطة والمتكاملة؛
- تنوع المنتج السياحي: نتيجة لتعدد رغبات واتجاهات السياح المختلفين وتبعاً لميولهم فإن المخططين السياحيين يسعون دائماً إلى وضع وتصميم البرامج السياحية التي تتلاءم مع كل شريحة من شرائح من شرائح السوق السياحي لتحقيق الإثباع الكامل الذي من أجله قرر السائحون زيارة الدولة²؛
- تأثير السوق السياحية بالموسمية: حيث يطلق عليه موسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وازدياد عدد السياح، وأيضاً موسم الكساد الذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائياً، وأيضاً موسم وسط والذي يندذب فيه الطلب من يوم لآخر؛
- استحالة نقل وتخزين المنتج السياحي: لا يمكن تخزين طاقات الإيواء أو مقاعد الطائرة أو مقاعد المطعم وعدم إشغالها يعتبر خسارة للسياحة³.

الفرع الثالث: دورة حياة المنتج السياحي

تمر دورة حياة المنتج السياحي بأربع مراحل أساسية انطلاقاً من مرحلة التقديم ثم النمو، النضج وصولاً إلى مرحلة الانحدار كما هو موضح في الشكل الآتي⁴:

الشكل رقم (01): دورة حياة المنتج السياحي



المصدر: علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي (مدخل صناعة السياحة والضيافة)، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2013، ص، 94.

¹ زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي (دراسة مقارنة الجزائر، تونس، الإمارات)، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2018، ص، 130.

² أحمد الطاهر عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص، 75.

³ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2007، ص، 52.

⁴ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي (مدخل صناعة السياحة والضيافة)، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، 2013، ص، 93، 94.

1. **مرحلة التقديم:** وهي مرحلة طرح المنتج لأول مرة في السوق من خصائص هذه المرحلة مبيعات بطيئة و أرباح كلية.
2. **مرحلة النمو:** تطور ملحوظ في حجم المبيعات، النجاح في تلبية حاجات ورغبات الزبائن وهنا تبدأ المنافسة في الدخول في سوق الإنتاج.
3. **مرحلة النضج:** المرحلة الأطول والأهم بالنسبة لعناصر المزيج التسويقي، رجال السوق يحاولون الوصول إليها بسرعة والبقاء فيها لأطول فترة ممكنة.
4. **مرحلة الانحدار:** نقص متزايد في حجم المبيعات، ظهور منتجات بخصائص و مميزات أفضل، ظهور منتجات جديدة، استخدام تكنولوجيا الإنتاج الكبيرة، الأرباح منخفضة وعليه فمطلوب من الشركة إعادة النظر بإنتاجها.

الفرع الرابع: مكونات المنتج السياحي

يتكون المنتج السياحي من ثلاث مكونات هي¹:

1. **العنصر المادي الملموس:** ترتبط برقعة المكان أو الموقع السياحي نفسه، مثال ذلك الروعة التي تتمثل في المكان التاريخي لمدينة عمان والمدرج الروماني الموجود فيها وكيف تتكلم هذه الآثار عما جرى وبشكل ملموس ومادي؛
2. **العنصر الرمزي:** والذي يعكس الموقع السياحي وما يرتبط به من الأمور الهامة أن يوليها المخطط الاستراتيجي السياحي عنايته واهتمامه، ذلك إن الرمز المعنوي والذي يكون مكونا من كلمة أو معنى أو إشارة يعتبر من الأمور الجاذبة للموقع؛
3. **العنصر الشكلي:** وهي الخدمات المساعدة المكملة للمزيج التسويقي للمكان السياحي وهنا يرتبط بخدمات النقل البري، الجوي، السياحي، الشروط السياحية، المرشدين، الدلالة السياحية، ووكالات وجمعيات السياحة والسفر؛

الفرع الخامس: أشكال المنتج السياحي

للمنتج السياحي عدة أشكال هي²:

¹ نفس المرجع، ص، 95.

² موفق عنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة (توجه حديث متكامل)، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016، ص، ص96، 98.

1. **المنتجات الطبيعية:** الذي لا دخل للإنسان في تكوينها وتوزيعها كالبحيرات الطبيعية الحياة البرية، الجبال، السواحل، مناطق التزلج على الجليد... الخ. حيث تؤثر مثل هذه المظاهر الطبيعية ليس فقط درجة الجذب السياحي، بل يمتد تأثيرها ليشمل على نوع الطلب السياحي.
2. **المنتجات السياحية غير الطبيعية (من صنع الإنسان):** كطباع الشعوب وعاداتها والفلكلور والصناعات اليدوية ذات الطابع المحلي والطقوس الدينية وألوان الطعام وألوان الغناء والموسيقى والرقص الفلكلوري والشعبي والآلات الموسيقية الشعبية والمحلية وأشكال الهندسة المعمارية للأبنية الحديثة فهذه كلها منتجات بشرية متميزة تشكل ركنا مهما من المنتجات السياحية.
3. **المنتجات السياحية الحديثة:** يشتمل هذا النوع من المنتجات السياحية على مدن التسلية والألعاب بأنواعها مثل "Disney land" والمحميات الوطنية "National Reserves" والمتنزهات الوطنية "Theme parks".

المطلب الثاني: مفاهيم حول المنتج السياحي المستدام

الفرع الأول: تعريف السياحة المستدامة

قبل التطرق إلى تعريف السياحة المستدامة لا بد من تعريف الاستدامة :
الاستدامة: "هي ضمان ألا يقل الاستهلاك مع مرور الزمن، بمعنى أن تدفق الاستهلاك والمنفعة يتوقف على التغيير في رصيد الموارد أو الثروة أو ارتفاع الرفاهية بين الأجيال يأتي بازدياد الثروة مع مرور الوقت وفي ظل بدائل وإحلال محتمل بين الموارد على مر الزمن"¹.
 فالسياحة المستدامة هي "نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطور المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة وفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها"².

الفرع الثاني: مفهوم المنتج السياحي المستدام

أولاً: تعريف المنتج السياحي المستدام

بناء على ما تطرقنا له في العناصر السابقة كالمنتج السياحي و السياحة المستدامة يمكننا أن نقول أن المنتج السياحي المستدام هو: عبارة عن مجموعة من الظروف الطبيعية والمقومات البشرية بالإضافة

¹ خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص، 20.

² فؤاد بن غضبان، مرجع سبق ذكره، ص، 98.

للخدمات والتسهيلات السياحية المتواجدة بالمقصد السياحي التي تلبي احتياجات السياح مع الأخذ بمبدأ الإنصاف بين حاضر ومستقبل الأجيال القادمة في استخدام الموارد البيئية والاقتصادية والاجتماعية.

ثانياً: أهمية المنتج السياحي المستدام

تتمثل أهمية المنتج السياحي المستدام فيما يلي:

- ضرورة الاهتمام بالمنتج السياحي المستدام كوسيلة لتنمية دائمة وإيجابية في مواجهة بعض الأضرار المتزايدة والناجمة عن السياحة في البيئة والثقافات والأخلاق؛
- يساهم في الحفاظ على المراكز الأثرية والمواقع التاريخية لأنها مقصد لشرائح مهمة من السياح؛
- يساهم في زيادة الوعي البيئي والثقافي لدى شعوب العالم سواء المتقدمة أو النامية؛
- تقليل الآثار السلبية للسياحة على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في المناطق السياحية؛
- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمع؛

ثالثاً: أهداف المنتج السياحي المستدام

يهدف المنتج السياحي المستدام إلى:

- العمل على تحسين المنتجات المحلية واستهلاكها على حساب المنتجات المستوردة؛
- يعتمد على اليد العاملة بشكل كبير مما يساهم في خلق فرص عمل بالمنطقة السياحية؛
- يساهم السائح في زيادة مستوى الإنفاق بالمقصد السياحي مما يؤدي لزيادة الدخل وارتفاع الإنفاق؛
- يساهم في بناء علاقات التعاون بين السائحين والمواطنين ويشجع التبادل الاجتماعي والثقافي بينهم؛
- يهدف المنتج السياحي المستدام للحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية وعدم إلحاق الضرر بها؛

الفرع الثالث: شروط بعث منتج سياحي مستدام

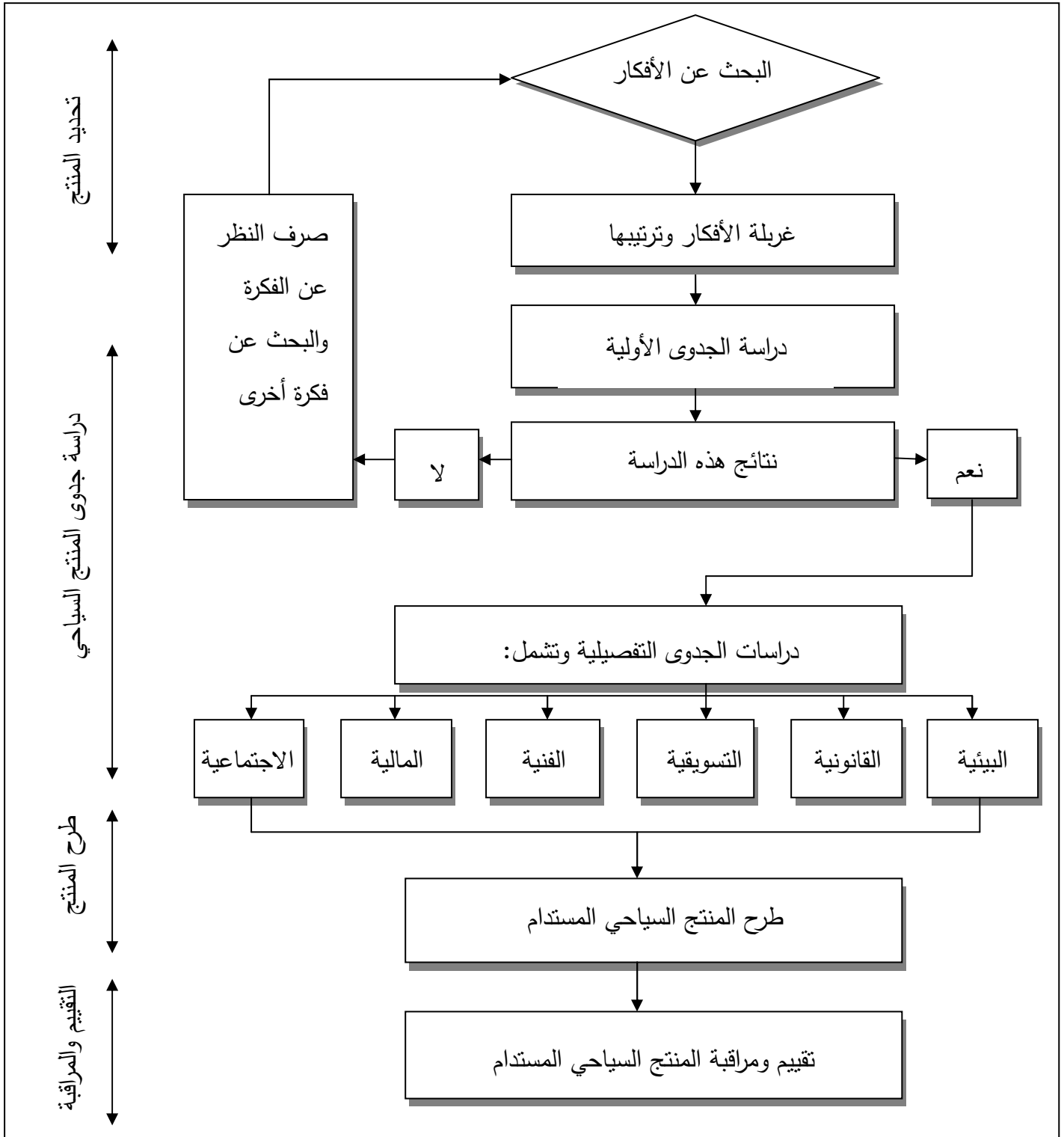
من بين أهم شروط بعث منتج سياحي مستدام نجد:

- أن يكون التخطيط له وتميمته جزءاً من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة؛
- أن تتبع المؤسسات والجماعات والأفراد المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة وبيئة المنطقة المضيفة؛
- توافر الدراسات والمعلومات عن طبيعة المنتج وتأثيره على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء التنمية؛

المطلب الثالث: مراحل بعث وتطوير منتج سياحي مستدام

يمر بعث وتطوير منتج سياحي مستدام بمجموعة من المراحل كما هي موضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): مراحل بحث وتطوير منتج سياحي مستدام



المصدر: من إعداد الطلبة.

الفرع الأول: مفهوم المنتج السياحي المستدام

أولاً: البحث عن الأفكار (التعرف على فكرة المشروع)

إن أول خطوة يخطوها المستثمر هي البحث عن فكرة جديدة لمشروع ما أو مجموعة من المشروعات كي يقوم بعد ذلك بتقييم جدواها تمهيدا لاتخاذ قرار بشأن الاستثمار فيها. وتسمى هذه المرحلة بمرحلة التعرف أو مرحلة البحث والاقتراح وتعتبر هذه المرحلة ذات أهمية كبيرة، لذا يتعين التأكد قدر الإمكان من أن المشروع أو مجموعة من المشروعات المقترحة خلالها هي أفضل المتاح من حيث فرص النجاح¹.

تختلف مصادر جمع الأفكار باختلاف طبيعة المشروع ومن بين أهم هذه المصادر نجد: دراسة خطة التنمية، دراسة الموارد الطبيعية والمواد الخام المتوافرة محليا، استطلاع آراء الخبراء، الاستفادة من الكفاءات البشرية المتاحة.

ثانياً: غربلة الأفكار وترتيبها

بعد دراسة مصادر المشروعات والتي تم تحديدها مسبقا يتوفر لدى الجهة القائمة بأعمال التخطيط لمشروعات التنمية العديدة وربما المئات من المشاريع المقترحة والتي من الصعب إجراء جدوى اقتصادية لها جميعا في الوقت الذي يتطلب ذلك جهدا إضافيا وتكاليف غير ضرورية، لذلك لا بد من إجراء عملية غربلة أولية لهذه المشاريع مجتمعة واستبعاد المشاريع الغير اللازمة وغير القابلة للتنفيذ².

ومن بين النماذج المستخدمة في عملية غربلة الأفكار نموذج SWOT الذي يعمل على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات سواء على مستوى البيئة الداخلية أو البيئة الخارجية .

إذ تشير الفرص البيئية على الظروف الملائمة والمحيطة التي تؤثر إيجابا على فكرة المشروع المقترح، في حين يقصد بالتهديدات الظروف الغير الملائمة و الأحداث الغير المكتملة التي تؤثر سلبا على فكرة المشروع مما يؤدي إلى عدم تنفيذه. أما تحليل نقاط القوة فتتمثل في تحديد أهم الصفات المميزة لفكرة المشروع مقارنة بالمشاريع المنافسة لها، أما نقاط الضعف تعد الجانب السلبي المؤثر على فكرة تنفيذ المشروع.

¹ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، دراسة الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية مع مشروعات BOT، الدار الجامعة، الاسكندرية، 2005، ص، 17.

² نضال الحواري، ضرار العتيبي، ادارة المشاريع الإنمائية (دراسة وتقرير الجدوى)، دار اليازور العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013، ص، 93.

الجدول رقم (01): ترتيب الأفكار باستخدام مصفوفة SWOT

عناصر البيئة الداخلية	
نقاط القوة (S)	نقاط الضعف (W)
- ملائمة الموارد المالية. - قائد سوقي معروف . - مهارات إنتاجية مبدعة .	- شبكة توزيع ضعيفة. - تسهيلات شبه معدومة. - فشل في مجال البحث والتطور.
عناصر البيئة الخارجية	
الفرص (O)	التحديات (T)
- الدعم الحكومي. - التوسع في إضافة خطوط إنتاجية . - إظهار تكنولوجيا جديدة.	- زيادة الضغوط التنافسية. - تغيرات ديموغرافية معاكسة. - تغير حاجات وأذواق المستهلكين.

المصدر: من إعداد الطلبة.

الهدف من عملية تحليل SWOT هو استبعاد المفاهيم التي لها تأثير مباشر على البيئة وسلامتها، وبالتالي تحديد الأفكار الناجحة والملائمة لتبني منتج سياحي مستدام، من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.

الفرع الثاني: دراسة جدوى المنتج السياحي المستدام

أولاً: مفهوم دراسة الجدوى

يقصد بكلمة الجدوى في هذا الموضوع "الفائدة أو العائد المتوقع حدوثه من المشروع، وقد يكون هذا العائد مادياً، أي ربحاً والذي سوف يعود على صاحب المشروع، وقد يكون اجتماعياً وهو الفائدة التي سوف تعود على المجتمع جراء القيام بالمشروع"¹.

1. تعريف دراسة الجدوى: "تعتبر بمثابة تقرير تفصيلي يتناول وصف عناصر المشروع وتحليل لكافة الأنشطة المختلفة له، بحيث توفر للقائمين على المشروع المعلومات اللازمة عن الجوانب الفنية والتسويقية والمالية والاقتصادية بما يمكنهم من أخذ القرار الاستثماري سلباً أو إيجاباً"².

كما يمكن القول، أن دراسات الجدوى "هي مجموعة من الدراسات (وليس دراسة واحدة) تتناول كافة الجوانب البيئية والقانونية والتسويقية والفنية والمالية والتجارية والاقتصادية للمشروع المقترح. وتحدد هذه الدراسات

¹ جهاد فراس الطيلوني، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع، دار كنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص، 12.

² محفوظ حودة، وآخرون، تحليل وتقييم المشاريع، الطبعة الثانية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة-مصر، 2010، ص، 12.

وتحلل كافة العناصر والمحددات الحاكمة لإنتاج أو توفير منتج معين مع تحديد كافة المداخل البديلة لهذا الإنتاج¹.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن دراسة الجدوى هي مجموعة دراسات شاملة لكافة المشروعات المقترحة، التي من خلالها يمكن التوصل إلى اختيار بديل أو فرصة استثمارية من بين عدة بدائل والذي يضمن تحقيق الأهداف المحددة.

2. أهمية دراسة الجدوى: لقد حظي موضوع دراسات الجدوى أهمية كبيرة ويعود السبب إلى²:

- تعتبر دراسات الجدوى من أهم الأدوات التي يستعين بها متخذ القرار الاقتصادي، على مستوى المشروع الخاص وعلى المستوى القومي؛
- توضح العوائد المتوقعة مقارنة بالتكاليف المتوقعة من الاستثمار طوال عمر المشروع الافتراضي؛
- التفكير في الطرق وبدائل مختلفة، ومقارنة المشروعات وتبني المشروع الأمثل من حيث طاقة الإنتاج والوسائل التقنية ونوعية العمالة؛
- تضع دراسة الجدوى خطة أو برنامجاً لتنفيذ المشروع وتحدد أسلوب إدارة المشروع، وتحقيق التفاعل بين عناصر التشغيل والتمويل والتسويق؛
- تساعد دراسات الجدوى في الوصول إلى قرار بشأن الاستثمار أو عدمه؛

3. صعوبات ومشاكل في إجراء دراسة الجدوى الاقتصادية: هناك العديد من الصعوبات التي يمكن

مواجهتها عند السعي إلى إجراء دراسة الجدوى أهمها ما يلي³:

- في ظل العولمة والتحول لآليات السوق تزداد مشاكل التعامل مع التغيرات الداخلية في الاقتصاد الوطني والعالمي، وهذا من شأنه أن يزيد من مخاطر عدم اليقين في تقدير المتغيرات الداخلة في دراسات الجدوى على مدى العمر الافتراضي للمشروع كالأسعار والطلب و أسلوب الإنتاج؛
- مع ازدياد حجم المشاريع، تزداد صعوبات تقدير التكاليف والمتغيرات غير القابلة للقياس الكمي ذات التأثير غير المباشر؛
- نقص المعلومات المطلوبة لإجراء هذه الدراسات وقلة دقتها، وتقادمها وقلة موضوعيتها؛
- صعوبة التنبؤ بالكثير من المتغيرات التسويقية والفنية والمالية، التي تؤثر على القرارات الاستثمارية؛

¹ عاطف وليم أندراوس، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات (الأسس، القواعد، الخطوات، المعايير)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص، 37.

² جهاد فراس الطيلوني، مرجع سبق ذكره، ص، ص 22، 23.

³ زهية حوري، تقييم المشروعات في البلدان النامية باستخدام طريقة الآثار، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2007، ص، ص 20، 21.

- انخفاض كفاءة القائمين على دراسة المشروعات الاستثمارية، وعلى تطبيق مفاهيم وأسس تقييم العائد الاقتصادي للمشاريع؛

4. أنواع دراسات الجدوى: تنقسم دراسة الجدوى إلى نوعين هما:

أ. دراسة الجدوى الأولية (التمهيدية) : يمكن أن تعرف دراسات الجدوى الأولية بأنها عبارة عن: "دراسة أو تقرير أولي يمثل الخطوط العامة عن كافة جوانب المشروع أو المشروعات المقترحة ، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى اتخاذ القرار إما التخلي عن المشروع أو الانتقال إلى دراسة أكثر تفصيلاً"¹. وبصورة عامة يمكن القول عنها دراسة مبسطة ومركزة في آن واحد، والتي يمكن من خلالها التوصل إلى إجابات حول بعض الأسئلة عن المشروع المقترح، مثلاً: ما هي الكلفة الإجمالية للمشروع؟ وما هو حجم العوائد المتوقعة؟ ما هي المنتجات الممكن إنتاجها؟ وما هو الوقت اللازم لتنفيذ المشروع؟... الخ. ولكي تكون دراسات الجدوى الأولية قابلة للتقييم ويمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرار الأولي بشأن المشروع المقترح، فإنها لا بد أن تضمن معالجة للعديد من الجوانب المتعلقة بالمشروع.

- المسائل التي تعالجها دراسات الجدوى الأولية (التمهيدية): يمكن إجمال هذه المسائل فيما يلي²:

- دراسة أولية عن الطلب الموقع على منتجات المشروع المقترح؛
- دراسة أولية عن التكاليف الإجمالية للمشروع، سواء كانت بشكل تكاليف ثابتة أم متغيرة؛
- دراسة أولية عن مدى جدوى المشروع فنياً؛
- دراسة أولية عن مصادر تمويل المشروع، وهل أن ذلك يعتمد على مصادر محلية أو على مصادر تمويل أجنبية؛
- دراسة أولية عن مدى تمشي المشروع المقترح، مع العادات والتقاليد والقوانين السائدة للمجتمع؛
- دراسة للمنافع القومية المتوقعة للمشروع المقترح، كتحديد مدى أهميته في سد حاجة السوق المحلية من بعض المنتجات؛

ب. دراسة الجدوى التفصيلية: يمكن أن يعرف هذا النوع من الدراسات بأنها "عبارة عن دراسات لاحقة لدراسات الجدوى الأولية ولكنها أكثر تفصيلاً ودقة وشمولاً منها، وهي بمثابة تقرير مفصل يشمل كافة

¹ تمجددين نور الدين، دور وأهمية دراسات الجدوى في تقييم وتمويل مشروعات القطاع الخاص -دراسة حالة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (منطقة الجنوب الشرقي)، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2018 - 2019، ص، 42.

² كاظم جاسم العيسوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات (تحليل نظري وتطبيقي)، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر، عمان-الأردن، 2005، ص، 43، 44.

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

وتعرف أيضاً " بأنها عبارة عن مجموعة من الدراسات التي تتناول كافة الجوانب البيئية والقانونية والتسويقية والمالية والاقتصادية والاجتماعية للمشروع المقترح"².
وتأسيساً على ما تقدم تتشكل دراسات الجدوى التفصيلية من العناصر التالية:

- **دراسة الجدوى البيئية:** إن العلاقة بين البيئة والمشروع ليست علاقة من جانب واحد فهي علاقة تبادلية (feed back) حيث يوجد أثر للبيئة ومكوناتها في المشروع، كما أنه يوجد أثر للمشروع في البيئة سواء كان هذا الأثر إيجابياً أو سلبياً³.

وعليه يمكن تعريفها على أنها: " عملية دراسة التأثير المتبادل بين مشروعات برامج التنمية والبيئة بهدف تقليص أو منع التأثيرات السلبية وتعظيم التأثيرات الإيجابية بشكل يحقق أهداف التنمية ولا يضر بالبيئة"⁴.

حيث تهدف دراسة الجدوى البيئية إلى⁵:

- تهدف لضمان السلامة البيئية للمشروع؛
- التشجيع على اجراء تحقيق شامل ومتعدد التخصصات عن الأضرار البيئية للمشروع وبدائله؛
- تحديد عمق واتساع الآثار البيئية المتوقعة في حالة وجود المشروع؛
- تحديد الإجراءات التي من شأنها أن تقي أو تحد من هذه الآثار؛
- اختيار أفضل البدائل المتاحة لتنفيذ المشروع؛

إن التحليل الشامل لدراسة الجدوى البيئية للمشروع من الضروري أن يأخذ الأثرين بعين الاعتبار:

أثر المشروع على البيئة: ينطوي الإطار التحليلي لأثر المشروع في البيئة بحث مدى تأثير المشروع في البيئة، وهنا قد نجد احتمال لوجود أثرين: الأثر الأول يكون إيجابياً وهو ما يجعل المشروع له جدوى من الناحية البيئية، ويكون الأثر الثاني سلبياً أي أن المشروع يسبب أضراراً بالبيئة سواء من خلال تلوث الهواء

¹ نفس المرجع، ص، 44.

² عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص، 62.

³ شقيري نوري موسى، أسامة عزمي سلام، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2009، ص، 47.

⁴ أوسرير منور، وآخرون، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد السابع، ص 338.

⁵ مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق-سوريا، 2012، ص، 63، 64.

أو الماء أو المكان... الخ. وهنا نكون أمام ثلاث احتمالات هي: مشروعات القائمة البيضاء، مشروعات القائمة الرمادية، مشروعات القائمة السوداء¹.

أثر البيئة على المشروع: ويقصد بها البيئة التي سيعمل فيها المشروع ومن ثم فهي بيئة الاستثمار التي قد توفر للاستثمار والمستثمرين المناخ الاستثماري. وهذا المناخ إما أن يؤثر إيجاباً أو سلباً في المشروع، يهدف تقييم الأثر البيئي للمشروع إلى تحديد الأضرار والمنافع البيئية المتوقعة من المشروع، وقد يمتد نطاق هذه الآثار على المجتمع كله أو جزء منه².

وإذا ما أسفرت دراسة جدوى المشروع من الناحية البيئية عن قبول المشروع بيئياً يتم التطرق إلى دراسة جدوى المشروع من الناحية القانونية*، وذلك من حيث وصف وتحديد وتقييم مدى توافق المشروع محل الدراسة مع اللوائح والتشريعات والقوانين بالدولة، فضلاً عن دراسة وتحليل مدى توافق هذا المشروع مع القرارات الوزارية المختلفة، وعليه دراسة الجدوى القانونية تتطلب دراسة وتحليل وتقييم العناصر التالية:

✓ العوامل المؤثرة في اختيار الشكل القانوني حالة تشغيل المشروع محل دراسة الجدوى وممارسة نشاطه، وأنسب الأشكال القانونية توافقاً مع هيكل وحجم وطبيعة نشاط المشروع؛

✓ الإجراءات القانونية الخاصة بتنفيذ وتشغيل المشروع؛

✓ الموانع والقيود القانونية المدعمة للعادات والأعراف السائدة في المجتمع³؛

- **دراسة الجدوى التسويقية⁴:** يقصد بها "مجموعة الاختبارات والتقديرات والأساليب والأسس التي تحدد ما إذا كان هناك طلب على منتجات المشروع خلال عمره الافتراضي أم لا. وتتمحور حول تقدير الإيرادات المتوقعة في ضوء الظروف المختلفة للسوق من حيث درجة المنافسة وما إذا كانت أسواقاً محلية أو أسواقاً خارجية يتم التصدير إليها".

وتتضمن دراسة الجدوى التسويقية العديد من الجوانب الخاصة بتعديلات وتقديرات الطلب على منتجات المشروع، بما يتطلبه ذلك من تجميع وتحليل البيانات والمعلومات اللازمة من مصادرها المختلفة واختيار أساليب التنبؤ بالطلب و تحديد العوامل المحددة للطلب على منتجات المشروع، والحجم الكلي للمشروع ثم

¹ نفس المرجع، ص، 47.

² نفس المرجع، ص، 48.

* تعكس دراسة الجدوى القانونية مدى وجود موانع قانونية حول فكرة المشروع محل دراسة الجدوى من عدمه.

³ سفيان فنيط، دراسة جدوى المشاريع الاستثمارية السياحية، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص تسويق فندقية وسياحية، قسم، علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2018-2019، ص، 19.

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، دار الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص ص 103-104.

تحديد الشريحة التسويقية للمشروع والسياسة السعرية التي يقوم على أساسها تحديد أفضل الأسعار لبيع منتجات المشروع.

وتهدف دراسة الجدوى التسويقية إلى¹:

- التعرف على الجوانب المختلفة لسوق السلعة التي يعترزم المشروع إنتاجها؛
- تقدير حجم الطلب المتوقع وحجم المبيعات الذي يمكن أن يحققه المشروع حالياً ومستقبلاً؛
- تعني هذه الدراسة برسم السياسات التسويقية المناسبة؛
- لا تقتصر الدراسة التسويقية على ما سبق بل تمتد لتحديد مواقع الأسواق المرقبة واختيار منافذ التوزيع ووضع سياسات تسعيرية؛

تشمل ممارسات دراسة الجدوى التسويقية على ما يلي:

- ❖ **تقدير الطلب المستقبلي:** تعدد الطرق والأساليب المستخدمة في التنبؤ وتقدير حجم الطلب المتوقع على سلع ومنتجات المشروع المقترح إنشاؤه إلا أنه يمكن إجمالها في مجموعتين هما:
- **الطرق غير الكمية لتقدير حجم الطلب المستقبلي:**

✓ **المقارنة التاريخية²:** تعتبر هذه الطريقة من أكثر الطرق شيوعاً في تقدير حجم الطلب على سلعة معينة وتعتمد هذه الطريقة على الافتراض بأن ما حدث في الماضي هو امتداد لما سيحدث في المستقبل.

✓ **التنبؤ بحجم الطلب باستخدام آراء رجال الإدارة³:** من أبسط طرق التنبؤ حيث يقوم كل مدير من المدراء الرئيسيين في المشروع بالتنبؤ بحجم الطلب على السلعة خلال الفترة الزمنية المقبلة، اعتماداً على البيانات المتاحة والظروف الاقتصادية والسياسية العامة.

✓ **استطلاع آراء الخبراء (دلفي)⁴:** في كل مجال من مجالات الاستثمار ثمة خبراء متخصصون يعملون في مكاتب استثمارية على اكتشاف آفاق استثمارية جديدة، لذلك من الأهمية استطلاع آرائهم فيما يتعلق بالمجال الاستثماري المقترح سواء من ناحية توقعاتهم بالنسبة لحجم الطلب في المستقبل أو القوة الشرائية للمستهلكين المحتملين

- **الطرق الكمية لتقدير حجم الطلب المستقبلي:**

¹ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص، 150.

² شقيري نوري موسى، أسامة عزمي سلام، مرجع سبق ذكره، ص، 67.

³ محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الحلاق، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013، ص، 105.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص، 104.

✓ معدلات الاستهلاك والاستعمال¹: تقوم هذه الطريقة على تحديد مستهلكي السلعة موضوع البحث ثم تحديد معدلات الاستهلاك للسلعة على شكل نسب مئوية، وبالتالي فإن حجم الطلب المتوقع يحسب بالمعادلة التالية:

$$\text{حجم الطلب المتوقع} = \text{عدد العملاء المرتقبين} \times \text{متوسط استهلاك الفرد}$$

✓ نصيب الفرد من الاستهلاك²: وتقوم هذه الطريقة على أساس حساب متوسط الاستهلاك الظاهري.

حجم الاستهلاك السنوي

$$\text{متوسط الاستهلاك الظاهري} = \frac{\text{حجم الاستهلاك السنوي}}{\text{عدد السكان}}$$

عدد السكان

$$\text{حجم الطلب المتوقع} = \text{متوسط الاستهلاك الظاهري} \times \text{عدد السكان المتوقع.}$$

✓ السلاسل الزمنية³: يقوم أسلوب السلاسل الزمنية على وصف ثم تحليل سلوك الطلب على المنتج محل البحث خلال فترة زمنية سابقة لنقطة زمنية معينة واستخدام نتائج التحليل في التنبؤ بحجم الطلب المتوقع على منتجات المشروع المزمع إنشائه.

✓ النماذج القائمة على العلاقات الاقتصادية (المرونة)⁴: تقوم هذه الطريقة على أساس استخدام مرونة الطلب على منتجات المشروع قيد البحث وهنا يكون الطلب على السلعة هو المتغير التابع وأحد العوامل المحددة للطلب هو المتغير المستقل. فمرونة الطلب تعني تحديد درجة تأثير العوامل المحددة للطلب على الكمية المطلوبة خلال فترة زمنية محددة.

❖ وضع برنامج الإنتاج⁵:

- تحديد البيانات اللازمة لوضع جدول الإنتاج؛
- تحديد كافة البدائل الممكنة لجدول الإنتاج؛
- عند إعداد جدول الإنتاج يجب أن يؤخذ في الحسبان كل من المبيعات المتوقعة، الحد الأدنى من متطلبات التخزين، الفاقد والعدم، معلمات وسمات الطاقة الإنتاجية، متطلبات بعد البيع، الأرصد الاحتياطية التي يتعين الاحتفاظ بها من المواد والمنتجات نتيجة لأساليب موسمية؛

¹ شقيري نوري موسى، أسامة عزمي موسى، مرجع سبق ذكره، ص، 71.

² نفس المرجع، ص، 73.

³ عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص، 205.

⁴ شقيري نوري موسى، أسامة عزمي سلام، مرجع سبق ذكره، ص، 74.

⁵ عاطف وليم أندراوس، مرجع سابق، ص، 153.

- اختيار جدول الإنتاج مع توضيح أساليب الاختيار، على أن يتضمن وصفا تفصيليا لكل منتج يشمل الخصائص النوعية والكميات المنتجة سنويا والجدول الزمني الإنتاجي؛
- ❖ البيانات والمعلومات الواجب توافرها لدراسة السوق¹:
- بيانات عن المنتجات من السلع والخدمات بالسوق: والتي تشمل خصائص المشروعات المنافسة، خصائص ومواصفات المنتجات المنافسة، واقع الإنتاج المحلي والأجنبي، حجم الواردات والصادرات من المنتج، سلوك الطلب على المنتجات؛
- بيانات عن المستهلكين الحاليين والمرتقبين: تتمثل في جميع خصائص وصفات المستهلكين، سلوك وتفضيلات المستهلكين، حساسية المستهلكين اتجاه خصائص المنتجات؛
- بيانات عن الدخل والإنفاق: سلوك الدخل والإنفاق في الدول، درجة تباين الدخل بين المناطق المختلفة، درجة تباين الدخل بين الفئات المختلفة، معدلات النمو في الدخل على المستوى الفردي والقومي؛
- بيانات عن سياسة الترويج: تشمل كل من خصائص منافذ التوزيع والوسطاء وهامش ربح منافذ التوزيع والوسطاء؛
- بيانات عن السكان: تتمثل في معدلات النمو في السكان وتوزيعها الجغرافي، الكثافة السكانية وإعادة توزيع السكان في المناطق الجديدة؛
- دراسة الجدوى الفنية والهندسية: بعد دراسة الجدوى التسويقية ووضع جدول الإنتاج، يتم الانتقال إلى المرحلة التالية من دراسات الجدوى التفصيلية وهي مرحلة الدراسة الفنية والهندسية للمشروع. يمكن تعريف دراسة الجدوى الفنية والهندسية للمشروع "بأنها تلك الدراسة التي تشمل مجموعة من الخطوات الفنية التي تهدف إلى تحديد مدى إمكانية تنفيذ المشروع من الناحية الفنية والهندسية"². تهدف دراسة الجدوى الفنية إلى³:
- معرفة وتحديد الإمكانيات الفنية اللازمة لإنشاء المشروع محل دراسات الجدوى بمعنى تحديد قابلية أو عدم قابلية المشروع تحت الدراسة للتنفيذ من الناحية الفنية والهندسية.
- تشمل الدراسة الفنية للمشروع كل أو بعض الأجزاء التالية طبقا للظروف:

¹ محمد عبد الفتاح العشاوي، دراسة جدوى المشروعات الاستثمارية (مع نماذج علمية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للطباعة والنشر، مصر، 2007، ص، ص 57، 58.

² عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص، 75.

³ كاظم جاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر، 2013، ص، 62.

- ❖ **تحديد حجم المشروع :** يعني تحديد حجم الطاقة الإنتاجية العادية والقصى والتوسعات المتوقعة بعد أن يتمكن المشروع من المنافسة في السوق وتحقيق شريحة تسويقية تطلب زيادة حجم الإنتاج¹.
- ❖ **موقع المشروع :** ويعتبر من المسائل المهمة التي تساعد في نجاح المشروع أو فشله، واختيار الموقع الملائم للمشروع بمجموعة من العوامل منها :
 - **كلفة النقل :** تعتبر من لعوامل الأساسية المحددة للموقع الأمثل، التي تتمثل بكلفة نقل المواد الأولية ومستلزمات الإنتاج من السوق إلى المشروع، أو تكلفة نقل السلع الجاهزة من المشروع إلى السوق؛
 - **المادة الخام :** يتم تحديد موقع المشروع حسب طبيعة المادة الخام وهل هي فاقدة للوزن عند تصنيعها، وما مقدار الفاقد وحجم المادة الخام ووزنها وكلفتها وكلفة النقل؛
 - **الطاقة :** يختلف حجم الطاقة المستخدمة من صناعة لأخرى، حسب توفر الطاقة أو عدم توفرها وكلفتها نسبة إلى التكاليف الإجمالية للإنتاج؛
 - **القوى العاملة :** يعتمد توفر القوى العاملة الرخيصة أو ذات الخبرات والمهارات على موقع المشروع، ومدى احتياجات المشروع من القوى العاملة ومن مختلف الاختصاصات؛
 - **درجة التوطن :** أي مدى تمركز الصناعة في المنطقة المراد إقامة المشروع فيها، وهل تعتبر منطقة جذب أم منطقة طرد، أم منطقة مشجعة لإقامة المشروع أم لا؛
 - **التشابك الصناعي :** أي مدى العلاقات الترابطية بين المشروع المقترح والمشروعات القائمة؛
 - **توفر أو عدم توفر البنية التحتية :** إن توفر البنية التحتية في المنطقة المراد إقامة المشروع فيها و المتمثلة شبكات الماء، الكهرباء، الهاتف، الصرف الصحي، وغيرها من العوامل التي تشجع على إقامة المشروع من عدمه؛
- ❖ **تقدير كلفة المباني والأراضي اللازمة للمشروع :** وهي دراسة حول كلفة المباني والأراضي اللازمة لإقامة المشروع، وذلك حسب أسعارها ومساحتها؛
- ❖ **تحديد نوع الإنتاج والعمليات الإنتاجية:** بتحديد الطريقة التي يعتمدها المنتج في عملية الإنتاج؛
- ❖ **التخطيط الداخلي للمشروع :** ويعتمد على المساحة الكلية والمساحة اللازمة للخط الإنتاجي والمعدات المستخدمة في عملية الإنتاج ومساحة الأقسام المختلفة التي يحتاجها المشروع؛
- ❖ **تقدير احتياجات المشروع من المواد الخام والمواد الأولية :** وهنا يتم تحديد كمية ونوعية وتكاليف المواد المباشرة وغير المباشرة ومدى حاجة المشروع لها؛

¹ - عبد الكريم يعقوب، دراسات جدوى المشروع، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص، ص 27، 28.

❖ **تقدير احتياجات المشروع من القوى العاملة :** تختلف تلك الاحتياجات للقوى العاملة باختلاف مراحل

إقامة المشروع، ويتم تقدير الاحتياجات الفعلية من القوى العاملة باختلاف، ومن مختلف الاختصاصات،

ويمكن التوصل إلى ذلك من خلال ما يسمى بتوصيف العمل¹؛

- **دراسة الجدوى المالية:** تعتمد الدراسة المالية على نتائج دراسة السوق والدراسة الفنية وهي تأتي بعد

إجراء تلك الدراسات وتقدير التكاليف الاستثمارية.

فهي " عبارة عن مقارنة بين تكلفة المشروع وفق الدراسة الفنية والإدارية، والمنافع المتوقع الحصول عليها

وفق الدراسات التي تمت حول السوق وحجم الإنتاج المقدر².

تتمثل أهداف دراسة الجدوى المالية فيما يلي³:

- تقدير تكلفة الأموال المتوسطة للهيكل التمويلية المقترحة؛
- المبادلة بين الهياكل التمويلية المختلفة واختيار الهيكل الأفضل الذي يحقق مصالح وأهداف المنظمة؛
- المفاضلة بين مصادر التمويل المختلفة؛

❖ **تحديد العمر الاقتصادي للمشروع الاستثماري⁴:** يعبر العمر الاقتصادي للمشروع الاستثماري عن الفترة

الزمنية التي تبدأ منذ ظهور المشروع واكتسابه شخصيته المعنوية والقانونية وحتى الفترة التي تكون فيها

عملية الإدخال مرغوبة ومطلوبة. هذا وينقسم عمر المشروع الاستثماري إلى 4 أنواع وهي:

العمر القانوني للمشروع الاستثماري: يتحدد إما برغبة الشركاء وفقاً لعقود تكوين وتأسيس الشركات أو

وفقاً لمتطلبات قوانين الاستثمار؛

العمر الفني للمشروع الاستثماري: يتحدد بفترة بقاء خطوط الإنتاج بالمشروع حتى يتم تخريبها وتوقيفها

عن العمل والتفكير في إحلالها بخطوط إنتاجية جديدة؛

العمر الإنتاجي للمشروع الاستثماري: يعبر عن العمر الزمني للأصول التي يمتلكها المشروع، أي أنه

يرتبط بمدى قدرة المشروع على تقديم المنتجات؛

العمر الاقتصادي للمشروع الاستثماري: يعبر عن تلك الفترة التي يتوقع أن يكون فيها المشروع

الاستثماري صالحاً للإنتاج بمعدلات عائدة اقتصادية مرغوب فيها أو مخططة؛

❖ **تحديد التكاليف:** تتمثل التكاليف الاستثمارية فيما يلي:

¹ جهاد فراس الطيلوني، مرجع سبق ذكره، ص، ص 67، 70.

² ضرار العتيبي، نضال الحواري، إدارة المشروعات الإنمائية (دراسة وتقرير الجدوى)، الطبعة العربية، دار البازور العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2007، ص، 130.

³ مرجع سابق، ص، 130.

⁴ محمد عبد الفتاح العشماوي، مرجع سبق ذكره، ص، ص 73، 74.

- **التكاليف الاستثمارية الثابتة:** تتمثل فيما يلي:
 - ✓ **الأصول الثابتة الملموسة¹:** هذه الأصول تتضمن كافة التكاليف التي تم إنفاقها على شراء الأصول والتجهيزات المادية الملموسة الطويلة الأجل وتتضمن كل من: تكلفة الأرض، تكلفة المباني والمنشآت، تكلفة الأعمال المدنية والمرافق، تكلفة الآلات والمعدات، تكلفة الأدوات المساعدة، تكلفة وسائل النقل، تكلفة الأثاث والمفروشات، احتياطي الطوارئ.
 - ✓ **الأصول الثابتة غير الملموسة²:** تمثل نوعا من النفقات الرأسمالية طويلة الأجل، تنفق على بنود استثمارية غير ملموسة بعض هذه البنود لها قيمة يكون بيعه والبعض الآخر لا يكون لها قيمة بيعه لكنها تشترك جميعا في أنها بنود غير ملموسة.
 - ✓ **تكلفة رأس المال العمل³:** ويتضمن مجموعة الأصول قصيرة الأجل التي يتم تقديرها للوفاء بمتطلبات دورة تشغيلية أو إنتاجية من حياة المشروع، وهو يتكون من جميع الأصول الجارية والمتداولة اللازمة وتتضمن: المخزون من السلع و الأصول النقدية التي تحتفظ بها لمواجهة أية أعباء نقدية خلال فترة التشغيل الأولى.
- **تكاليف التشغيل⁴:** تشمل على العناصر التالية:
 - ✓ **المواد الأولية والمواد المساعدة:** على أساس ما ورد في الدراسة الفنية بخصوص تحديد حجم إنتاج المشروع يمكن معرفة الاحتياجات من المواد الأولية والمساعدة عن طريق تحديد تكلفتها بالإضافة لتكاليف نقلها وتخزينها.
 - ✓ **العمالة:** هنا كذلك يجب الرجوع للدراسة الفنية لمعرفة حجم العمالة التي سيحتاجها المشروع بجميع نوعياتها، مواصفاتها ومعرفة ساعات العمل اليومية، ثم تحديد الأجور السائدة والقوانين المسنة للعمال.
 - ✓ **الطاقة المحركة:** وتحدد هذه الطاقة اللازمة للمشروع بمعرفة نوع الطاقة التي يحتاج لها المشروع وكيفية الحصول عليها وأسعارها وكيفيات نقلها والمعدات والعمالة المتصلة بها.

¹ خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "بميك"، المناهج التدريبية المتكاملة (منهج المهارات المالية والمحاسبة الأساسية ودراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات)، الطبعة الثالثة، بدون بلد النشر، 2004، ص، 12.

² بن حسان حكيم، دراسة الجدوى ومعايير تقييم المشاريع الاستثمارية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص، 90.

³ بن حسان حكيم، مرجع سابق، ص، 91.

⁴ بن مسعود نصر الدين، دراسة وتقييم المشاريع الاستثمارية مع دراسة حالة شركة الاسمنت ببنى صاف S.CI.BS، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2009-2010، ص، 104.

❖ التدفقات النقدية¹:

- تشمل التدفقات النقدية الجارية: كل من التكلفة الاستثمارية والتشغيلية اللازمة لإقامة المشروع الاستثماري وإعداده في حالة صالحة للتشغيل، ويتم إنفاق هذه التكاليف بغرض اقتناء الأصول الرأسمالية واستخدامها؛
- تشمل التدفقات النقدية الداخلة: جميع المدخلات النقدية المتوقعة خلال فترة الإنشاء والتشغيل وتتكون من العناصر التالية: الإيرادات، المقدمات، القروض، الإعانات إن وجدت وقيمة الخردة والنفايات،

❖ مصادر التمويل الاستثماري²: يمكن تمويل المشروع من أكثر من مصدر وعادة ما تتم التفرقة بين المصادر المختلفة بحسب الفترة الزمنية والغرض من التمويل حيث تنقسم إلى:

- مصادر قصيرة الأجل: الأموال قصيرة الأجل هي تلك الأموال التي يجب تسديد قيمتها في مدة تتراوح ما بين أسبوع وسنة واحدة، من أهم هذه المصادر نجد: الائتمان التجاري، الائتمان المصرفي.
- مصادر متوسطة الأجل³: وتتمثل أساس في القروض المصرفية متوسطة الأجل أو القروض الممنوحة من المؤسسات المالية الأخرى كشركات التأمين وصناديق الادخار، وهذه القروض توجه أساسا لتمويل الآلات والمعدات اللازمة للمشروع ولذا قد تمويل أيضا عن طريق تسهيلات ممنوحة من الموردين لها سواء المصانع المنتجة أو الوكالات والشركات الموزعة لهذه الآلات؛
- مصادر التمويل طويلة الأجل⁴: هي تلك الطريقة المستعملة للحصول على الأموال التي يتم استرداد قيمتها في مدة تتراوح ما بين 10 و 25 سنة وتنقسم إلى:
 - الأسهم: السهم هو "أداة دين طويلة الأجل وهو يمثل حق لحائزه على الأرباح وأصول الشركة المصدرة له". وعليه فإن عملية إصدار الأسهم تعتبر مهمة جدا بالنسبة للمؤسسات والشركات وذلك لزيادة أموالها، بهدف زيادة قدرتها على تمويل نفقاتها الاستثمارية، فارتفاع قيمة السهم يؤدي إلى زيادة الأموال التي تحصل عليها المنشآت. وتنقسم الأسهم إلى أسهم عادية وأسهم ممتازة؛
 - الأرباح المحتجزة: تلجأ إليها المنشأة عندما ترغب في زيادة رأسمالها دون إصدار المزيد من الأسهم هذه الطريقة تتمثل في لجوء المنشأة إلى اجتياز الأرباح الناتجة عن الأسهم وعدم توزيعها بغية إعادة استثمارها في فرص استثمارية جديدة؛

¹ محمد عبد الفتاح العشماوي، مرجع سبق ذكره، ص، 77.

² خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "بميك"، مرجع سبق ذكره، ص، 17.

³ نفس المرجع، ص، 18.

⁴ بن حسان حكيم، مرجع سبق ذكره، ص، 105، 110.

السندات: تعتبر السندات ضمانات طويلة الأجل ويمكن التمييز بين نوعين منها السندات الحكومية و سندات الشركات المساهمة؛

القروض طويلة الأجل: وهي تلك القروض التي تحصل عليها المؤسسة من البنوك والمؤسسات المالية الأخرى بغية تمويل نشاطاتها الاقتصادية وهذه القروض يتم سداد قيمتها على مدى عدة سنوات (ما بين 10 و 25 سنة) وتكون بسعر فائدة تقدمه المؤسسة المقترضة للمؤسسة المقرضة؛

■ التقييم المالي للمشروع المقترح:

يعتبر التقييم المالي أهم خطوة في دراسة الجدوى المالية للمشروع، ومن الخطوات الهامة في دراسة الجدوى العامة للمشروع ذلك ولأنه وبناء على هذه الدراسة والنتائج المستخلصة منها فإنه قد يتم الشروع في المشروع أو رفضه كلياً. وتنقسم معايير التقييم المالي إلى نوعين هما:

❖ معايير التقييم المالي في ظل ظروف التأكد:

- **مقياس فترة الاسترداد:** يعتبر من أبسط المعايير المستخدمة في تقييم المشاريع، ويقصد بفترة الاسترداد "الفترة التي يستطيع فيها المشروع استرداد الأموال المستثمرة فيه، أو الفترة التي عندها يتحقق التساوي بين التدفقات النقدية الخارجة والداخلة" وبحسب بالطريقة التالية¹:

الكلفة الاستثمارية الأولية

فترة الاسترداد =

صافي التدفق النقدي (صافي العائد السنوي)

- **مقياس صافي القيمة الحالية:** إن مقياس صافي القيمة الحالية لأي اقتراح أو بديل يشير إلى الفرق بين القيمة الحالية للتدفقات النقدية الداخلة والقيمة الحالية للتدفقات النقدية الخارجة، ويقصد بالقيمة الحالية: كم يساوي مبلغاً ما حالياً يتدفق في المستقبل في سنة أو سنوات لاحقة وبحسب بالتعويض في العلاقة التالية²:

$$1 - (1+t)^{-n}$$

$$VAN = CFi \left[\frac{1 - (1+t)^{-n}}{t} \right] - I_0$$

T

قاعدة القرار:

VAN > 0: يعني ذلك أن مجموعة التدفقات السنوية المخصصة ستغطي التكلفة الاستثمارية، وينتج عن ذلك فائض مالي يتمثل في ربح أو فائض خزينة. في هذه الحالة إذا كنا بصدد تقييم مشروع واحد فإن المشروع

¹ نفس المرجع، ص 119.

² تمجدين نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 102.

مقبول، أما في حالة المفاضلة بين عدة مشاريع نقبل المشروع ذو القيمة الحالية الصافية الأكبر إذا كانت المشاريع بديلة. وإذا كانت المشاريع مستقلة فيتم قبولها جميعا إذا توفرت الإمكانيات اللازمة لتنفيذها.

0 < VAN: يدل ذلك على أن تكلفة الاستثمار أكبر من الإيرادات التي يمكن أن يحققها وبالتالي تحقق خسارة في حالة تنفيذ المشروع وعليه فهو مرفوض.

0 = VAN: هذا يعني أن المشروع الاستثماري لن يحقق لا ربحا ولا خسارة وعليه فالمشروع مرفوض.

❖ في ظل ظروف عدم التأكد:

• **مقياس تحليل الحساسية¹:** يعتبر أسلوب تحليل الحساسية أحد الأساليب المستخدمة في تقييم المشروعات في ظل ظروف عدم التأكد. ويقصد بتحليل الحساسية مدى استجابة المشروع المقترح للتغيرات التي تحدث في أحد المتغيرات أو العوامل المستخدمة لتقييمه، أو مدى حساسية المشروع للتغير الذي يطرأ على العوامل المختلفة التي تؤثر على المشروعات، هذا يعني أن تحليل الحساسية يوضح كيف يمكن أن تتأثر قيمة المقياس المستخدم في عملية التقييم بأي تغيير يحدث في قيمة أحد المتغيرات المستخدمة في قياس صافي التدفقات النقدية.

- دراسة الجدوى الاجتماعية:

حتى تكتمل أركان دراسة الجدوى لابد من إجراء تقييم اقتصادي واجتماعي للمشروع يقوم على مجموعة من المعايير الاقتصادية والاجتماعية بهدف قياس مساهمته في تحقيق أهداف المجتمع فيما يعرف بالربحية القومية أو الاجتماعية للمشروع.

❖ تعريف الربحية القومية للمشروع:

يقصد بتقييم الربحية القومية أو الاجتماعية للمشروع "تقييم مدى مساهمة المشروع في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع ومن ثم مدى مساهمته في تحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع. ويتم تقييم هذه الربحية من خلال مقابلة منافع المشروع بتكاليفه من وجهة نظر الاقتصاد القومي"².
يتضح أن الربحية الاجتماعية على المستوى الاقتصادي والقومي "تعني قياس الآثار المختلفة للمشروع الاستثماري على الاقتصاد القومي ومدى مساهمته في تحقيق الأهداف الاقتصادية للمجتمع"³.

¹ بن حسان حكيم، مرجع سبق ذكره، ص 139.

² عاطف وليم أندراوس، مرجع سبق ذكره، ص، 470.

³ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص، 370، 371.

مما سبق نجد أن دراسة الجدوى الاجتماعية للمشروعات الاستثمارية لا بد وأن تحظى بالاهتمام ، ليس فقط الربحية التجارية التي يحصل عليها المستثمر الفرد، بل والمردود الاجتماعي كذلك والذي يتجسد بمعايير الربحية الاجتماعية التي يجب أن تحقق على مستوى الاقتصاد القومي .

❖ الفرق بين الأرباح الاجتماعية (القومية) والأرباح التجارية:

- معايير الربحية التجارية تعتمد على سعر الخصم الاجتماعي، حيث يعكس سعر الخصم الاجتماعي التكلفة الحقيقية للموارد من وجهة نظر المجتمع¹؛
- عند تقييم المشروعات وفقا لمعايير الربحية التجارية، نأخذ بعين الاعتبار الأهداف التي تساعد على تعظيم الأرباح وهذه وجهة نظر القطاع الخاص؛
- في معايير الربحية التجارية يتم التركيز على قياس الآثار المباشرة للمشروع والتي تتمثل بمنافع المشروع وتكاليفه، أما المعايير الربحية القومية يتم التركيز على قياس الآثار المباشرة وغير المباشرة، الآثار الغير المباشرة هي المنافع؛
- عند استخدام معايير الربحية القومية يتم الاعتماد على الأسعار الجارية في السوق في تقدير التكاليف والعوائد المباشرة، أما عند استخدام معايير الربحية القومية فإنه يتم الاعتماد على الأسعار التخيطية أو أسعار الظل؛
- عند استخدام معيار الربحية التجارية فإنه يتم تجاهل موضوع التشابك الصناعي، أما عند استخدام معيار الربحية القومية يتم الأخذ بمسألة التشابك الصناعي²؛

❖ المعايير المستخدمة في قياس الربحية الاجتماعية³:

- تستخدم للحكم على مدى جدوى المشروع المقترح من ناحية الربحية الاجتماعية، وتسمى أيضا بمعايير التقييم الاقتصادي، وهي تختلف باختلاف المناهج الدولية لتقييم المشاريع، من بين أهم هذه المعايير نجد:
- معيار مدى مساهمة المشروع في خلق فرص عمل؛
 - معيار مدى مساهمة المشروع في إعادة توزيع الدخل بين أفراد المجتمع؛
 - معيار مدى مساهمة المشروع في تنمية المعرفة الفنية وتطوير ثقافة وسلوك المجتمع؛
 - معيار مدى مساهمة المشروع في حماية البيئة؛

¹ شقيري عزمي موسى، أسامة عزمي سلام، مرجع سبق ذكره، ص، 190.

² جهاد فراس الطيلوني، مرجع سبق ذكره، ص، 83، 84.

³ سفيان فنيط، مرجع سبق ذكره، ص، 31.

الفرع الثالث: طرح المنتج السياحي المستدام¹

وفقا لما تنتهي إليه نتائج دراسة الجدوى التفصيلية فإن أمام المستثمر ثلاث قرارات هي:

- رفض فكرة المشروع و البحث عن أفكار استثمارية جديدة؛
- تعديل فكرة المشروع الاستثمارية لإمكانية إنشائه وتنفيذه؛
- قبول فكرة المشروع الاستثمارية والبدء في مرحلة الاستثمار؛

الفرع الرابع: تقييم ومراقبة المنتج السياحي المستدام²

بعد الانتهاء من مرحلة ما قبل الاستثمار وقبول فكرة المشروع الاستثماري وإمكانية تنفيذ الفرصة الاستثمارية من جميع جوانبها المالية وغير المالية فإنه يتم البدء في مرحلة التنفيذ طبقا لمجموعة مراحل فرعية يمكن إيجازها فيما يلي:

- مرحلة وضع تصميم المشروع؛
- مرحلة التفاوض؛
- مرحلة الإنشاء؛
- مرحلة التدريب؛
- مرحلة التشغيل التجريبي؛
- مرحلة التشغيل: ويتم في هذه المرحلة القيام بالإنتاج الاقتصادي مع مراعاة رصد أية مشكلات فنية قد تظهر في المدى القصير، والربط بين مستوى الأداء الفعلي وبين ما هو مخطط سواء عند إعداد دراسة الجدوى الخاصة بالمشروع أو الخطط السنوية، مع تحديد الانحرافات إن وجدت وتنمية ما هو إيجابي منها، ومعالجة والقضاء على أي إسراف أو انحراف سلبي؛

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

1-دراسة بوعشاش سامية، بعنوان: "السياحة البيئية في المناطق الجبلية (حالة جبال تيكجدة بولاية

البويرة: الجزائر)، أطروحة نيل شهادة الماجستير، تخصص: الإدارة البيئية والسياحية، سنة

2013/2012.

¹ محمد عبد الفتاح العشماوي، مرجع سبق ذكره، ص، 17.

² نفس المرجع، ص، 17، 18.

هدفت هذه الدراسة إلى إيضاح دور السياحة البيئية في المناطق الجبلية في النهوض بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية ولما لا التنمية المستدامة، ومن أهم ما توصلت له الدراسة تعد المناطق الجبلية كمناطق جذب سياحي أصبحت محل اهتمام عالمي وتقدير وطني ومحلي، لدورها الكبير في مسار تحقيق التنمية المستدامة حيث توصلت هذه الدراسة إلى اقتراح إدراج مادة السياحة البيئية ضمن المناهج الدراسية من أجل التعرف على آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بالإضافة إلى نشر الوعي السياحي والبيئي من خلال إقامة المؤتمرات والندوات التي تبرز أهمية السياحة البيئية الجبلية ودورها الكبير في تحقيق التنمية المستدامة.

2- دراسة محصول عبد السلام، بعنوان: "دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات المغربية (دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة نيل شهادة الماجستير تخصص: الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، سنة 2013".

هدفت هذه الدراسة إلى الإحاطة بالمفاهيم النظرية للسياحة البيئية والتنمية المستدامة وتحليل الروابط الموجودة بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التنمية السياحية البيئية في الجزائر، تونس والمغرب من شأنه أن يساهم إيجابيا في تحقيق التنمية المستدامة في هذه الدول وذلك نظرا للنتائج الايجابية المتوقع تحقيقها. وقد عرضت هذه الدراسة مجموعة من التوصيات منها : الانضمام إلى الاتفاقيات والمنظمات الدولية المتعلقة بالمحافظة على المناطق المحمية، ودعم السياحة البيئية، وبالتالي العمل على نشر ثقافة السياحة البيئية فضلا عن الثقافة السياحية وزيادة الوعي السياحي البيئي.

3- دراسة لزغد عبد الرؤوف بعنوان: "الإستراتيجيات التسويقية لتطوير المنتج السياحي البيئي وتحقيق التنمية السياحية المستدامة (دراسة حالة الحظيرة الوطنية للقالا ولاية الطارف) الملتقى العلمي الدولي المعاصر سنة 2019".

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع السياحة البيئية في الجزائر، وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية ودور الإستراتيجية التسويقية في تطوير السياحة البيئية والمنتج السياحي المستدام. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن الإمكانيات السياحية للحظيرة لم تستغل بالصورة المثلى مما أدى إلى ضعف العائدات الاقتصادية لهذا القطاع على المنطقة الأمر الذي يفرض الاهتمام بالاستثمار في هذا القطاع باعتبار بكرة وفرص النجاح فيها كبيرة. وعرضت الدراسة مجموعة من التوصيات: العمل على نشر الوعي البيئي ومشاركة المجتمع في الحوار البيئي والأخذ بمبدأ الإدارة الخضراء لخلق ثقافة مؤسسية خضراء تساهم في ترسيخ ثقافة التسويق الأخضر.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

1. **Tourism Feasibility study of Monroe, Lee, Arkansas, and phillips counties of eastern Arkansas, Prepared by ; Kalahari Managrment Inc, New World Expedition, April 2002.**

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد جدوى توسيع وتنويع مجالات السياحة والبنية التحتية في مقاطعات أركنساس في مونرو. لي. أركنساس وفيليبس، حيث تنشط المنطقة حالياً نسبياً من الناحية السياحية وتركز بشكل أساسي على السياحة الترفيهية التقليدية فقط مثل صيد البط مما يعني أن المنطقة تعمل دون مستوى إمكانياتها حيث تتوفر على عدة فرص لتطوير السياحة البرية والثقافية والتاريخية مثل التصوير الفوتوغرافي وركوب الزوارق وركوب الدراجات الهوائية وركوب الطائرة، بالإضافة إلى تنظيم جولات متنوعة للتعريف بتاريخ المنطقة السياحية وتراثها. ومن أهم التوصيات المستخلصة من الدراسة العمل على استغلال أكبر قدر ممكن من أراضي المنطقة، وتطوير الأنشطة والخدمات السياحية المقدمة فيها، بالإضافة إلى استخدام أكثر الأساليب ومهارة لتسويق هذه الخدمات وجذب أكبر قدر ممكن من السياح.

2. **Katrina Angelevska–Najdeska, Gabriela Rekicevik, conference title : Planning of sustainable tourism developent, Faculty of tourism and hospitality–ohrid, Kej Marsal tito 95, Ohrid, R.Macedoina, 2012.**

هدفت الدراسة إلى السعي للتعريف بالتنمية السياحية المستدامة والتطرق لمبادئها الأساسية والشاملة لمبدأ الاستدامة البيئية، الاجتماعية بالإضافة للتنمية الاقتصادية المستدامة. وقد توصلت الدراسة لبيان مدى أهمية تنمية السياحة المستدامة والتي تهدف إلى الاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية والثقافية وجميع الموارد السياحية الأخرى وهذا يعني الحفاظ عليها لاستخدامها مستقبلاً من طرف الأجيال القادمة، كما أشارت الدراسة إلى أن التخطيط للتنمية السياحية المستدامة يتعلق أساساً في الواقع بالتخطيط للحفاظ على البيئة فإن العمل بمنطلق السياحة المستدامة سيزيد من مستوى التوعية بأهمية الحفاظ على الموارد البيئية والطبيعية المختلفة.

المطلب الثالث: موقع الدراسة من الدراسات السابقة

من خلال عرضنا للدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة سنحاول المقارنة بينهما وبين الدراسة الحالية فيما يلي:

أولاً: أوجه التشابه

تلقتي دراستنا مع أغلب الدراسات السابقة في:

- المضمون: سعيها للعمل على تنمية السياحة المستدامة بالمناطق الجبلية والريفية، بالإضافة لنشر الوعي السياحي بأهمية المحافظة على البيئة من خلال الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد البشرية والطبيعية والمادية.
- الهدف من الدراسة: دعم و تشجيع الاستثمار في المجال السياحي والعمل على تحسين وتطوير المنتجات السياحية.
- المنهج المتبع: أغلب الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال جمع المعلومات والبيانات والقيام بتحليلها وتفسيرها.

ثانياً: أوجه الاختلاف

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في:

- اختلاف الحدود المكانية من دراسة إلى أخرى، حيث أخذت منطقة سيدي معروف بولاية جيجل مكان للدراسة؛
- استخدام أداة الاستبيان في تجميع المعلومات وهو ما افتقرت إليه معظم الدراسات السابقة؛
- بحث وتطوير منتج سياحي مستدام عن طريق دراسة مراحل بعث قرية الصخر الأحمر السياحية من خلال دراسة الجدوى لكافة جوانب المشروع الاستثماري وهو ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا أن نبين مدى أهمية المنتج السياحي المستدام، باعتباره يمثل عنصرا أساسيا في السياحة المستدامة والنشاط الاقتصادي.

كما تطرقنا لدراسة جدوى مشروع استثماري، ووضحنا أهميتها الكبيرة في إنجاح المشاريع الاستثمارية بدءا بدراسة جدوى مبدئية تهدف لتحديد إمكانية قبول المشروع أو رفضه، وتليها دور دراسة الجدوى التفصيلية التي تتناول جميع الجوانب المتعلقة بالمشروع الاستثماري، سواء كانت بيئية، قانونية، تسويقية، فنية، مالية، اجتماعية واقتصادية. فكل دراسة تدرس المشروع من جهة معينة وتعالجه من أجل الحصول على المعلومات التي تساعد على تنفيذ المشروع الاستثماري.

الفصل الثاني:

دراسة تطبيقية لبعث وتطوير منتج

سياحي مستدام بولاية جيجل

تمهيد:

يشمل هذا الفصل على الجانب التطبيقي من هذا البحث، إذ سنحاول من خلاله تسليط الضوء على واقع بعث منتج سياحي مستدام بولاية جيجل والمراحل التي تحكمها، وذلك عن طريق إسقاط ما تم التطرق إليه على قرية الصخر الأحمر المستدامة، الذي استخدمناها كفكرة لمشروع جديد مستدام، وذلك من خلال المباحث التالية:

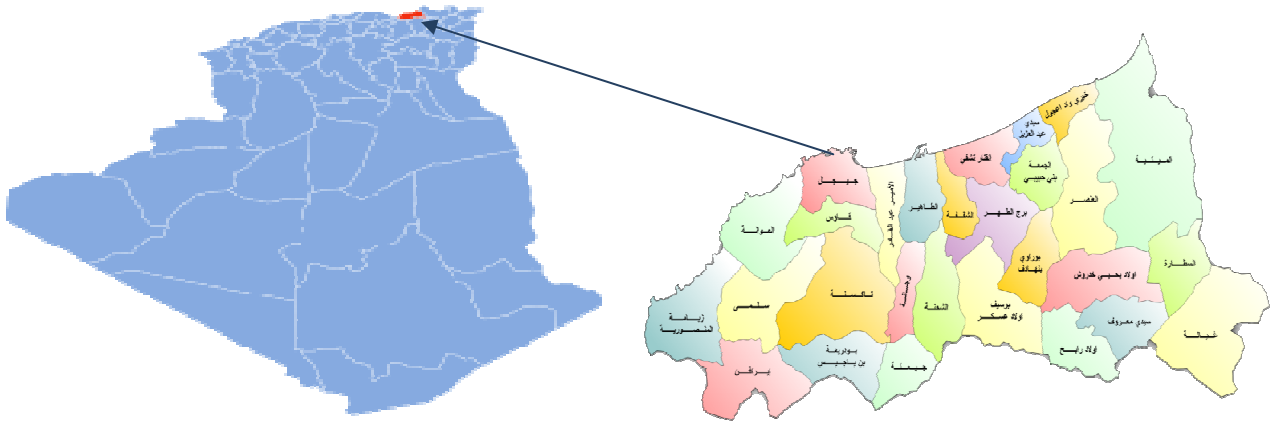
المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة بولاية جيجل؛

المبحث الثاني: مراحل بعث قرية الصخر الأحمر المستدامة بولاية جيجل؛

المبحث الأول: تشخيص واقع السياحة بولاية جيجل

من خلال هذا المبحث سنتطرق للتعرف على ولاية جيجل من الناحية الطبيعية وأهمية الموقع الجغرافي للمدينة في تنمية النشاط السياحي، فهي تتميز بتركيبية طبيعية متنوعة من جبال، سهول، غابات و وديان... هذه العوامل جعلت المنطقة تحنل مكانة سياحية بالرغم من أنها لم تأخذ نصيبها اللازم من المشاريع السياحية للنهوض بقطاعها السياحي وتميمته.

المطلب الأول: لمحة عامة عن ولاية جيجل

الفرع الأول: المعطيات الجغرافية¹

ولاية جيجل هي ولاية ساحلية تقع في الشمال الشرقي للجزائر، بمساحة تقدر بـ: 2398,61 كلم، يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط وتحيط الولايات التالية: بجاية من الغرب، سكيكدة من الشرق، ومن الجنوب الغربي ولاية سطيف، وتحدها ولاية ميلة من الجنوب الشرقي، سكانها موزعين على 28 بلدية و 11 دائرة، تحتوي على مطار فرحات عباس الذي يوفر رحلتين في الأسبوع إلى مطار مرسيليا بفرنسا مما يجعل موقعها استراتيجيا، ويسهل من مهمة التنقل من أوروبا إلى الجزائر، تم اعتمادها كولاية منذ سنة 1974.

الفرع الثاني: المعطيات التاريخية²

جيجل مدينة عريقة تعود إلى آلاف السنين تأسست حوالي القرن الرابع قبل الميلاد من طرف الفينيقيين وقد كانت محطة للعديد من الحضارات. تاريخ المنطقة يتميز بحركية كبيرة وغني بالأحداث فأول اسم أطلق

¹ رشيد علاب، السياحة البيئية في المناطق الجبلية مدخل لسياحة مستدامة في ولاية جيجل، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، الجزائر، 2017، ص 141.

² المونوغرافيا السياحية لولاية جيجل، مديرية السياحة والصناعات التقليدية، جيجل، 2021، ص 1 2.

على المنطقة هو "إيجلي" " IGILGILI " وهي كلمة فينيقية تتكون من شطرين فالشطر الأول "ا" يعني جزيرة ساحلية و الشطر الثاني " إغل" فهو يعني دائرة الحجر، وتعاقب الحضارات بعد ذلك أفرز العديد من الأسماء منها: "جيدري"، "خيخل"،.... وفي الأخير جيجل.

فقد تعاقبت عدة مراحل تاريخية على ولاية جيجل ابتداء بالفترة الرومانية ثم الوندال 429م والبيزنطيين 533م ولتأتي بعدها الفتوحات الإسلامية الفترة التي شهدت فيها المدينة ازدهارا تحت سلطة القيروان، بعدها جاء التحالف بين قبيلة كتامة والفاطميين وبعد ذهاب الفاطميين وقعت جيجل تحت سيطرة الزييين 973م ثم المهديين 1220م ثم تعرضت للاحتلال الإسباني قبل أن يحررها الأخوين عروج وخير الدين بربروس سنة 1514م. وبعد 7 سنوات من الاستيلاء على الجزائر يحتل الاستعمار الفرنسي مدينة جيجل وبقيت تحت الاحتلال إلى غاية سنة 1962م تاريخ استقلال الجزائر.

المطلب الثاني: واقع السياحة بولاية جيجل

الفرع الأول: المقومات الطبيعية

تزخر ولاية جيجل بمقومات طبيعية هائلة تجعلها قبلة مميزة للعديد من الزوار من مختلف أنحاء الوطن والعالم، فهي تجمع ما بين الجبال الخضراء والأودية مع الشواطئ الخلابة لتعطيها لوحة فنية جميلة، فمدينة جيجل لا تقتصر على السياحة الموسمية بل هي وجهة مميزة على طول أيام السنة باعتبارها تحتوي على شريط ساحلي بامتداد طبيعي على طول 120 كلم من زيامة المنصورية غربا إلى واد زهور شرقا، ويضم الساحل الجيجلي 50 شاطئ منها الشواطئ ذات الرمال الذهبية الواسعة والشواطئ الصخرية.

تعتبر ولاية جيجل من أهم المناطق الغابية في الجزائر فهي ولاية جبلية من الدرجة الأولى (نسبة الغابات بها تصل إلى 82% من المساحة الإجمالية) ويتميز إقليم جيجل بغطاء نباتي كثيف نتيجة لطبيعة موقعها الفلكي ضمن حوض البحر الأبيض المتوسط والظروف المناخية الملائمة الناتجة عن خاصة استقبالها لكميات مهمة من التساقطات. وتتميز ولاية جيجل بغابات كثيفة تمتاز بمناظرها الخلابة المشجعة على السياحة الجبلية والصيد، بالإضافة لثروة نباتية وحيوانية متنوعة يمكن بفضلها لعب دور هام في التنمية السياحية غير الشاطئية خاصة الصحية،الدراسية،الصيد والتجوالية و الاستجمامية.

ومن أهم الغابات ذات الجمالية السياحية الجذابة بولاية جيجل :غابة قروش الواقعة على الكورنيش بمنطقة العوانة، غابة إيديم ببلدية حيزي واد عجول، غابة تامنتوت، غابة بوحنش بتاكسنة،غابة بني فرقان ومشاط بالميلية، غابة القرن بغبالة.

الفرع الثاني: المقومات التاريخية والثقافية¹

ولاية جيجل ليست سياحية من أجل ندره طبيعتها فحسب، بل هي كذلك لاحتوائها على مواقع ومعالم أثرية وتاريخية ناتجة عن تعاقب عدة حضارات عليها. ومن بين المواقع الأثرية والتاريخية التي تزخر بها الولاية هي: موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر، الكهوف العجيبة بالزمامة المنصورية، المنار الكبير لرأس العافية تم بناءه سنة 1865 من طرف شارل سالف، جبل مزغيطان، قبر الباي عصمان بأولاد عواط، مقبرة فينيقية بالرابطة ولاية جيجل، فسيفساء بالطولبية بلدية جيجل.

الفرع الثالث: المقومات المادية

أولاً: مؤسسات الإيواء: هي جميع الهياكل السياحية التي يلجأ إليها السائح من أجل الحصول على خدمة الإيواء وتنقسم إلى:

1. الفنادق: تحتوي ولاية جيجل حسب إحصائيات سنة 2020 على 32 مؤسسة فندقية بطاقة استيعاب تقدر بـ 2579 سرير، وتوجد منها 28 مستغلة بطاقة استيعاب تقدر بـ 2338 سرير تشغل 254 مستخدم، فيما تبقى 04 منها مغلقة لأسباب مختلفة بطاقة استيعاب تقدر بـ 241 سرير².
2. المخيمات العائلية: تتوفر الولاية على 07 مخيمات تجارية بطاقة استيعاب 1485 سرير³ لكن وبسبب الوضع الصحي الذي مر به العالم (جائحة كورونا) لم تستغل المخيمات لعام 2020، بينما استغل منها مخيمين فقط لعام 2019 بطاقة استيعاب تقدر بـ 365 سرير ويشغل على مستواها 46 مستخدم، هذا بالإضافة إلى 08 مخيمات تابعة للخدمات الاجتماعية بطاقة استيعاب تقدر بـ 2220 سرير⁴.
3. هياكل استقبال أخرى: إضافة لاحتواء الولاية على 28 فندق فإنها تحتوي أيضا على 5 بيوت ودور شباب موزعة على أغلب البلديات الساحلية بالولاية، كما تحتوي وحدات للإيواء على مستوى بلدية خيري واد عجول بطاقة استيعاب تقدر بـ 68 سرير، وهي أيضا لم يتم استغلالها في سنة 2020 لنفس السبب السابق الذكر، بينما في سنة 2019 تم استغلال جميع الهياكل الأخرى بالإضافة لقرية العطل بمنطقة التوسع السياحي تاسوست - بلدية الأمير عبد القادر بطاقة استيعاب 40 سرير. وتم تسخير 96 مؤسسة تربية لاستقبال السياح⁵.

¹ نفس المرجع، ص 8.

² الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، مديرية السياحة والصناعات التقليدية، جيجل، 2021، ص 3.

³ نفس المرجع، ص 18.

⁴ الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنة 2019، مديرية السياحة والصناعات التقليدية، جيجل، 2021، ص 8.

⁵ نفس المرجع، ص 23.

ثانيا: وكالات السياحة والأسفار: بالولاية 50 وكالة سياحة وأسفار تشغل 128 مستخدم تتمثل نشاطاتها في تنظيم رحلات داخلية وخارجية مع بداية انتعاش السياحة المستقبلية للأجانب، تسويق منتج العمرة والحج، الحجز الفندقي وبيع التذاكر¹.

المطلب الثالث: تطور الطلب السياحي بولاية جيجل

الفرع الأول: الطلب السياحي الفندقي

من المتعارف عليه أن ولاية جيجل تشهد توافدا كبيرا للسياح خلال موسم الاصطياف وعلى غرار ذلك فيكون هناك انخفاضا كبيرا للسياح في باقي المواسم والفترات العادية من السنة، والجدول الآتي يوضح تطور عدد السياح المتوافدين على الولاية وعدد الليالي المقضات بها خلال فترة 2018 _ 2020. الجدول رقم(02): تطور عدد السياح الوافدين على الفنادق و الليالي المقضاة خلال فترة 2018-2020.

2020		2019		2018		
الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	الليالي	الوافدين	
22347	15895	53520	36244	61858	41173	جزائريون
462	322	3490	1906	6436	1867	أجانب
22809	16217	57010	38150	68294	42049	المجموع
	1,4		1,5		1,6	معدل (ليلة/وافد)
	2579		2148		2112	عدد الأسرة
	0,16		0,06		0,05	معدل (سرير/وافد)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد السياح المتوافدين على فنادق ولاية جيجل شهد نسبا منخفضة سنة 2020 مقارنة بالسنتين الماضيتين (2018_2019) والسبب يعود للأزمة الصحية التي شهدتها العالم (فيروس كورونا) وإتباعا للإجراءات الصحية المطبقة من طرف الدولة للتقليل من انتشار الفيروس. حيث بلغ عدد السياح 16217 سائح كان معظمهم جزائريين، بينما قدرت عدد الليالي المقضات بـ 22809 ليلة أي بمعدل 1,4 ليلة لكل وافد.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن معدل الأسرة بالنسبة لعدد الوافدين على الفنادق لم يتعدى الواحد خلال الفترة (2018_2020) ويعود ذلك لعدد الوافدين الذي فاق الطاقة الاستيعابية للفنادق.

¹ الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، مرجع سابق، ص6.

الفرع الثاني: الطلب السياحي على الشواطئ

بلغ عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة حسب إحصائيات مصالح الحماية المدنية خلال الفترة الممتدة من 15 أوت إلى غاية 30 سبتمبر 2020: 4678280 مصطاف، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (03): تطور توافد السياح على الشواطئ المسموح السباحة بها خلال الفترة 2018-2020:

عدد المصطافين	2018				2019				2020
	جان	جويلية	أوت	سبتمبر	جان	جويلية	أوت	سبتمبر	من 15 أوت إلى غاية 2020/09/30
	461250	5094600	5193910	546790	972890	4674430	4997050	257400	4678280
مجموع	11296550				10901770				4678280

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال الجدول تراجع في عدد المصطافين مقارنة بسنتي 2018_2019 وهذا راجع لتأجيل موسم الاصطياف 2020 وبالتالي تقليص مدته بسبب التدابير المتخذة للحد من انتشار وباء كورونا.

المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية للسياحة بولاية جيجل

سيتم إبراز الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي بولاية جيجل وذلك بمجموعة مؤشرات نبينها فيما يلي:

الفرع الأول: التدفقات البشرية

سنبين حجم التدفقات البشرية على هياكل الإيواء بولاية جيجل كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): التدفقات البشرية للسياح على هياكل الإيواء خلال الفترة الممتدة ما بين

2020_2018:

هياكل استقبال	2018			2019			2020		
	جزائريين	أجانب	النسبة %	جزائريين	أجانب	النسبة %	جزائريين	أجانب	النسبة %
الفنادق	41173	1876	9,42	36244	1906	6,01	15895	322	100
المخيمات	9668	/	2,12	10557	/	1,66	/	/	/
الإقامة عند القاطن	378000	/	82,7	540000	/	85,1	/	/	/
هياكل استقبال									

أخرى	26318	/	5,76	45899	/	7,23	/	/
المجموع الجزئي	26318	1876	100	632700	/	100	322	100
المجموع	1876455159	100	100	634606	100	16217	100	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية.

نلاحظ من خلال الجدول أن إقبال السياح عام 2020 كان بشكل كلي على الفنادق بنسبة 100% في حين انعدمت في باقي أنواع هياكل الاستقبال الأخرى، وذلك راجع لتطبيق الإجراءات الصحية للحد من انتشار وباء كورونا من خلال تسخير الفنادق فقط خلال موسم الاصطياف.

الفرع الثاني: التدفقات النقدية

الجدول التالي يوضح الإيرادات التي حققتها المؤسسات السياحية بولاية جيجل لسنتي 2019 و 2020

جدول رقم(05): التدفقات النقدية الناتجة عن الفنادق والوكالات السياحية لولاية جيجل

البيان	2019	2020	تقييم
الفنادق	207950129.00 دج	44651724.00 دج	163298515.00- دج
وكالات السياحة	325440459.00 دج	53120269.00 دج	272320190.40- دج
مجموع	533390698.00 دج	97771993.00 دج	435618705.40- دج

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال الجدول انخفاض في الإيرادات السياحية للولاية سنة 2020 حيث بلغت 97771993.00 دج بانخفاض قدره: 435618705.00- دج مقارنة بسنة 2019. حيث انخفضت إيرادات الوكالات السياحية لوحدها ب: 272320190.40- دج والتي كانت خسارتها أكبر من الفنادق.

الفرع الثالث: العمالة في القطاع السياحي

يبين الجدول التالي مناصب الشغل الدائمة والموسمية العاملة في قطاع السياحة:

الجدول رقم(06): تغير حجم العمالة في القطاع السياحي لولاية جيجل خلال فترة 2018-2020:

	2018	2019	التقييم	2019	2020	التقييم
هياكل الإيواء	246	248	+2	248	254	+6
وكالات السياحة	75	102	+27	102	128	+26
المجموع	312	350	29	350	382	32

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك زيادة في مناصب الشغل لسنة 2019 مقارنة بسنة 2018 في كلا المرفقين السياحيين للولاية حيث سجلت 312 منصب شغل لسنة 2018 و 350 منصب سنة 2019 أي بفارق 29 منصب. وذلك راجع لدخول فندق و 8 وكالات سياحية حيز الخدمة.

كما نلاحظ الزيادة في مناصب الشغل بالنسبة للفنادق سنة 2020 وهذا راجع لدخول فندقيين حيز الاستغلال، أما بالنسبة للوكالات السياحية فالزيادة راجعة إلى إنشاء وكالات جديدة مما أدى إلى ارتفاع في عدد مناصب الشغل مقارنة بالسنة الماضية.

المبحث الثاني: مراحل بعث قرية الصخر الأحمر المستدامة بولاية جيجل

من خلال هذا المبحث سنتعرف على مراحل بعث قرية الصخر الأحمر السياحية، ومدى مساهمتها في تطوير السياحة المستدامة في منطقة سيدي معروف ولاية جيجل، من خلال دراسة جدوى جوانب المشروع الاستثماري، وما تعود عليه من عوائد ربحية، على منطقة سيدي معروف خاصة وبولاية جيجل عامة، ومنه اتخاذ القرار بقبول المشروع أو رفضه.

المطلب الأول: تحديد مفهوم قرية الصخر الأحمر السياحية

يتم تحديد مفهوم قرية الصخر الأحمر المستدامة بمجموعة خطوات هي:

الفرع الأول: البحث عن الأفكار

أولاً: مصادر الأفكار

من المتعارف عليه أن ولاية جيجل تتميز بطابع سياحي جذاب ومتنوع نظرا للمؤهلات التي تزخر بها الولاية وتنوع الطبيعة بين الجبال، السهول والبحار. ومع ذلك نجد أنه لم يتم الاستغلال والاستفادة من هذه المؤهلات بشكل كاف لتنمية السياحة بالولاية، ويكون ذلك من خلال بعث منتجات وتنوع خدمات ومرافق سياحية حديثة ذات أفكار جديدة لدعم القطاع السياحي بها.

وبصفتنا طلبة في المجال السياحي وجب علينا البحث والتنبؤ عن أفكار لمشاريع سياحية مستدامة تساهم في التقليل والحد من نقص المرافق السياحية وبالتالي تنشيط الطلب السياحي على الولاية.

ثانياً: إيجاد الأفكار

بعد قيامنا بتشخيص المقومات السياحية بالولاية استطعنا أن نحدد بعض الأفكار لمشاريع سياحية مستدامة تتمثل فيما يلي:

1. مشروع مدينة الملاهي المائية: تعتبر هذه الفكرة من بين المشاريع الناجحة حول العالم وتتمثل في إقامة مدينة ملاهي مائية تحت اسم: "بلاد المياه" تكون مجهزة بمجموعة متنوعة من الألعاب المائية، زحاليق،

مجاري مائية وأنابيب طويلة مخصصة للعب الكبار والصغار... وغيرها من الألعاب المسلية. كما تحتوي الحديقة على حوض سباحة كبير ومجموعة من الأحواض الصغيرة المتجاورة، هذا بالإضافة إلى مطعم يعمل على توفير الوجبات الخفيفة والمشروبات، كما تحتوي على حمامات وغرف لتغيير الملابس بالإضافة لكشك يكون عند مدخل الحديقة لبيع التذاكر للزوار.

ومن بين فوائد إقامة هذا المشروع للولاية أنه سيعمل على التقليل حتى ولو بنسبة قليلة من الاكتظاظ في الشواطئ خلال موسم الاصطياف، كما يعتبر مكان آمن للعب الأطفال الصغار رفقة عائلاتهم ومقصد سياحي لكل من يرغب بالاستمتاع بالألعاب المائية.

2. مشروع حديقة الأسماك الزجاجية: في ظل ما تمتلكه ولاية جيجل من مقومات سياحية متكاملة بين حياة

بحرية وبرية، جاءت فكرة إقامة حديقة أسماك زجاجية "أكواريوم" تحت اسم: "العالم تحت الماء" يحاكي البيئة البحرية، فالمشروع عبارة عن غواصة من الخارج، ومن الداخل يتم تقسيم المكان إلى قسمين: مكان مخصص لعرض أنواع الكائنات البحرية في البحر مع مؤثرات صوتية تجعل الزائر يشعر وكأنه في زيارة حقيقية لأعماق البحار، وقسم مخصص للتعرف على الآثار البحرية، أنواع المأكولات البحرية، تقديم هدايا تذكارية تهدف لتزويد الزوار بالثقافة البحرية، هذا النوع من المشاريع يعطي الولاية نوعا جديدا من المشاريع التنموية السياحية التي تأمل أن تحقق الكثير من النجاح وتشهد إقبالا كبيرا من السياح المحليين والأجانب.

3. مشروع القرية السياحية: بعد دراستنا للوضع السياحي بالولاية تبين لنا أنها تعاني من مشكلة الموسمية

حيث تزداد نسبة السياحة في فصل الصيف فقط، وقد جاءتنا فكرة إقامة قرية سياحية عند قيامنا برحلة إلى منطقة بولحمام بسيدي معروف وشاهدنا مدى جمال وروعة المنطقة سواء بالنسبة لموقعها والذي يمكن اعتباره موقعا سياحيا بامتياز والذي يجمع بين الجبال والأشجار والنباتات المتنوعة أو بالنسبة للقيمة التاريخية للمنطقة فبعد اطلاعنا عليه وجدناها تحتوي على مغارة لا تزال شاهدة على أول رصاصة أطلقت بولاية جيجل عام 1954م إبان اندلاع الثورة الجزائرية. هذه المزايا التي تتمتع بها منطقة بولحمام بسيدي معروف دفعت بنا للتفكير في إقامة مشروع القرية السياحية لتكون مقصدا سياحيا للتمتع بجمال الطبيعة و التعرف على تاريخها العريق و الحفاظ عليه، والتي ستكون تحت اسم: "الصخر الأحمر" ونظرا للطابع الجبلي الذي تتميز به المنطقة ارتأينا أن تكون العربات الهوائية (téléphérique) هي الوسيلة الأساسية للوصول للقرية التي ستجهز بمجموعة شاليهات متفرقة داخل الطبيعة لتوفير خدمة الإيواء والراحة للزائر، مطعم يوفر جميع الوجبات خلال اليوم، قاعة مخصصة لممارسة الرياضة، بالإضافة إلى

تنظيم مغامرات لتسلق الجبال والصيد، وللحفاظ على القيمة التاريخية للمنطقة جهزنا المغارة السابقة الذكر لتكون متحف صغير يروي تاريخها.

وستكون هذه القرية هي التجربة الأولى من نوعها بولاية جيجل ومن المحتمل أن تكون انطلاقة لنشر نوع جديد من السياحة بالولاية يخفف من حدة موسمية السياحة ويساهم في تفضيل أدائها التنموي المستدام.

الفرع الثاني: غربلة الأفكار و ترتيبها

أولاً: تقييم الأفكار

بعد طرح أفكار المشاريع السياحية السابقة الذكر التي تعمل على تقديم خدمات سياحية متنوعة قصد الرفع والزيادة من الطلب السياحي بالولاية، حيث تشكل هذه الأفكار فرصاً من جوانب عديدة:

- الجوانب التسويقية: يعتبر المشروع فرصة استثمارية نتيجة عدم وجود مشاريع مماثلة له بالمنطقة كما انه سيعمل على زيادة الطلب السياحي بالولاية؛
- الجوانب الفنية: توفر الخبرات، اليد العاملة المؤهلة والتجهيزات اللازمة؛
- الجوانب الاقتصادية الاجتماعية: تساهم في الحفاظ على عادات وتقاليد المنطقة وتطوير المجتمع المحلي والزيادة في الاقتصاد المحلي للولاية؛
- الجوانب القانونية: جميع الأفكار لا تتعارض مع التشريعات القانونية؛

ثانياً: اختيار الفكرة

بعد تقييمنا للجوانب التسويقية، الفنية، الاقتصادية والاجتماعية والقانونية للأفكار السابقة، تبين أنها فرص استثمارية جيدة تهدف إلى بعث وتطوير منتجات سياحية ناجحة، إلا أننا فضلنا اختيار الفكرة الثالثة والمتمثلة في بعث مشروع قرية سياحية متكاملة تعمل على توفير الراحة اللازمة للسياح، مطعم لتقديم الوجبات الأساسية بالإضافة إلى تنظيم جولات سياحية ومغامرات الصيد وتسلق الجبال، واستبعاد الأفكار الأخرى.

- وقد تم اختيار مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية نظراً لأهميتها المتمثلة في:
- توفرها على جميع المؤهلات الطبيعية لتصبح مقصداً سياحياً للسياحة الجبلية؛
- تعمل فكرة القرية السياحية على التقليل من موسمية النشاط السياحي؛
- عدم توفر الولاية على مرافق مشابهة لها؛
- تعتبر وسيلة فعالة للفت انتباه السياح لجمال المنطقة وبالتالي زيادة وتطوير الطلب السياحي على المناطق الجبلية؛

الفرع الثالث: مفهوم قرية الصخر الأحمر السياحية

أولاً: التعريف بالقرية السياحية

يتبنى المشروع فكرة إقامة قرية سياحية بمنطقة بولحمام دائرة سيدي معروف ولاية جيجل، حيث تمتاز المنطقة بطابعها الجبلي وغاباتها الكثيفة والأشجار المتنوعة ما جعل منها منطقة ملائمة لبعث السياحة الجبلية والبيئية بها، سترتع القرية على مساحة قدرها 2 هكتار. تهدف لتوفير الجو الملائم للراحة والاستجمام والاستمتاع بجمال الطبيعة وهدوئها، بالإضافة للتركيز والحفاظ على التراث التاريخي والثقافي للمنطقة من خلال تشجيع أنشطة سياحية صديقة للبيئة.

ثانياً: سبب التسمية

جاءت فكرة تسمية مشروع القرية السياحية باسم: " الصخر الأحمر " وذلك نسبة لشكل التضاريس الطبيعية الجبلية السائدة بالمنطقة والتي يطغى عليها الطابع الصخري المتميز باللون الأحمر المائل للأحمر في بعض المناطق.

ثالثاً: مزايا قرية الصخر الأحمر السياحية

ستتميز القرية السياحية بجملة من المزايا أهمها:

- التعريف بالمنطقة و دعم النشاط السياحي بها؛
- توفير جو ملائم للسياح بهدف الاستمتاع بالطبيعة؛
- ستعمل على المحافظة والتعريف بعادات وتقاليد المنطقة وتاريخها؛
- الخدمات التي ستوفرها القرية تعتبر هي الأولى من نوعها بالمنطقة؛
- توفر الفرصة لهواة الصيد وتسلق الجبال لممارسة هواياتهم بالمنطقة.

رابعاً: أهداف قرية الصخر الأحمر السياحية

لقرية الصخر الأحمر السياحية العديد من الأهداف سواء على مستوى المنطقة فقط أو بالنسبة للولاية ككل، ومن ابرز هذه الأهداف نجد:

- تشجيع الاستثمار في السياحة البيئية؛
- التقليل من موسمية النشاط السياحي؛
- خلق فرص عمل لأفراد المنطقة؛
- تحسين مستوى القطاع السياحي للمنطقة وللولاية ككل؛
- استقطاب سياح جدد من عشاق الطبيعة والأنشطة الطبيعية؛

- زيادة العائد المادي لصاحب المشروع والمنطقة والولاية أيضا.

المطلب الثاني: دراسة جدوى قرية الصخر الأحمر السياحية

بعد توصلنا لفكرة المشروع وتحديدها وجب علينا القيام بدراسة شاملة عن المشروع لتحديد العديد من المعلومات أهمها: إمكانية تنفيذ المشروع من عدمه، تقدير حجم الاستثمار المطلوب وتكلفة التشغيل بالإضافة لتقدير الأرباح الصافية المتوقعة من المشروع.

الفرع الأول: دراسة الجدوى الأولية

سنقوم من خلالها بإعداد دراسة أو تقرير شامل لجميع جوانب المشروع المقترح لكن بشكل عام غير مفصل، نسعى من خلالها للتوصل لاتخاذ القرار إما بالتخلي عن المشروع أو الانتقال إلى الدراسة التفصيلية والتي تكون أكثر تعمقا وشمولا.

تعتبر القرى السياحية أحد أهم المرافق السياحية حول العالم لما لها من أهمية في دعم القطاع السياحي، كما تساهم في الرفع من عملية استقطاب السياح الجدد ودعم مستوى القطاع السياحي والاستثماري في البلاد. ومن جهة أخرى فإن قرية الصخر الأحمر السياحية ستكون مكسب جديد للولاية من خلال الخدمات الجديدة التي ستعمل على تقديمها عن طريق استغلال الطابع الجبلي والطبيعي للمنطقة والتي تعتبر مبادرة جديدة من نوعها بالنسبة للولاية حيث ستعمل على تقديم خدمات الإيواء والراحة والعديد من الخدمات السياحية الأخرى والتي ستكون جميعا ذات طابع محافظ على البيئة من خلال الاستغلال الأمثل للموارد البيئية والطبيعية للمنطقة والاستفادة منها، كما أنه من البديهي أن القرية ستحتاج للقوة البشرية واليد العاملة من أجل توفير هذه الخدمات للسياح ما ينتج عنه توفير مناصب شغل متعددة وفي تخصصات مختلفة لا يتنافى مع متغيرات البيئة المحيطة (القانونية، الاقتصادية والاجتماعية...).

وبناء على ما تطرقنا إليه سابقا يتضح لنا مبدئيا أن مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية يعتبر مشروعا ناجحا ذلك لحجم الأهمية الناتجة عنه سواء بالنسبة للمنطقة أو الولاية ككل. هذا ما يقودنا لمواصلة دراسة الجدوى التفصيلية للمشروع للتمعن أكثر في مدى جذوته في جوانب أكثر تفصيلا.

الفرع الثاني: دراسة الجدوى التفصيلية

أولا: دراسة الجدوى البيئية

بعد قيامنا بجولة سياحية بمنطقة بولحمام بسيدي معروف، واكتشافنا لهذه المنطقة وخصوصيتها، تبادر في أذهاننا فكرة إقامة مشروع قرية سياحية، ونظرا لتدخل البيئة بصفة مباشرة وأساسية في صناعة السياحة في

مختلف المجالات: السياحة الدينية، السياحة الترفيهية، السياحة العلمية... وغيرها، وأن المناطق ذات المقومات البيئية هي الأكثر جاذبية واستقطابا للنشاط السياحي.

وحتى يكون نموذج مشروع القرية السياحية ذو تأثير سلبي محدود على البيئة ويضمن حمايتها والموارد الطبيعية بصفة دائمة، تعين علينا الاطلاع على القوانين الخاصة بالإطار البيئي، وذلك بموجب العمل على تطبيقها واحترامها وعدم التعرض لأي عقوبات أو إجراءات قانونية، ولاستكمال هذه الدراسة والحصول على مختلف المعلومات المتعلقة بالبيئة، قمنا بإجراء مقابلة مع السيد "مراكب ماسينسا" مفتش رئيسي في البيئة ورئيس مكتب التراخيص في مديرية البيئة بولاية جيجل من اجل معرفة كافة الجوانب المتعلقة بتقييم الأثر البيئي للمشروع قرية الصخر الأحمر، وقد تناولت هذه المقابلة الجوانب التالية¹:

- تحديد حجم المشروع المقترح لإنشاءه؛
 - المكان المقترح لإنشاء المشروع قريب من التجمعات السكنية وبالتالي فإن الأرض مناسبة لإقامة مختلف البنايات بها؛
 - سهولة توفير الطاقة الكهربائية لموقع المشروع بفضل قربه من التجمعات السكنية؛
 - المشروع لا يشكل أضرار صحية على السكان لأنه لا يقوم بأي عملية إنتاجية؛
 - ضمان سلامة المشروعات من الناحية البيئية وضمان استدامتها؛
 - تحديد الهدف أو الحاجة إلى المشروع من الناحية الاقتصادية والقومية؛
 - الفحص والتأكد من الآثار البيئية المطلوب تقييمها وذلك لإمكانية تصنيفها حسب نظام القوائم؛
 - الحفاظ على العناصر الطبيعية الأساسية لمشاريع التنمية والموارد الطبيعية والبيئية في منطقة المشروع؛
- أيضا وحسب المرسوم التنفيذي رقم 19-241 لسنة 2019، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 07-145 لسنة 2007 الذي يحدد مجال تطبيق محتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على

البيئة²

(أنظر الملحق رقم (02))

نجد أن قائمة المشاريع التي تخضع لموجز التأثير تشمل على:

- مشاريع تهيئة وإنشاء قرى للعطل تفوق مساحتها هكتارين (2 هكتار).

¹ مقابلة مع السيد: مراكب ماسينسا، مفتش رئيسي في البيئة ورئيس مكتب التراخيص في مديرية البيئة لولاية جيجل، تحديد الجوانب البيئية المتعلقة بمشروع قرية الصخر الأحمر، ولاية جيجل، يوم 2021/04/05، 10.00.

² المرسوم التنفيذي رقم 19-241 المؤرخ في 2019/09/08، الذي يحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفيات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 2019/09/08، العدد 54، ص7، 8.

- مشاريع تهيئة وبناء سياحي داخل وخارج مناطق التوسع والمواقع السياحية ذات مساحة تقل عن عشرة (10) هكتارات.

واستنادا على هذه المبادئ تم تصنيف مشروع قرية الصخر الأحمر ضمن قائمة المشروعات البيضاء، كون أثره وتأثيره ضئيل على البيئة بسبب صغر حجمه، حيث يمكن معالجة تلك الآثار بكلفة استثمارية قليلة وبالتالي الموافقة عليه دون إجراء دراسات تفصيلية عكس التأثير الذي يظهر بشكل واضح في المشاريع السياحية الكبرى.

وباعتبار دراسة الجدوى القانونية جزء من دراسة الجدوى البيئية حيث تهدف هذه الأخيرة إلى البحث في الشكل القانوني المناسب الذي سيتضمنه مشروع قرية الصخر الأحمر المستدامة، وبما أن المشروع لا يتنافى مع القوانين والتشريعات الحكومية والاستثمارية فيمكننا اعتبار مشروع قرية الصخر الأحمر السياحي مقبول من ناحية الجدوى القانونية.

ثانيا: دراسة الجدوى التسويقية

1. **تقدير الطلب على السوق السياحية:** إن تقدير الطلب المتوقع على القرية السياحية يكون بناء على السياح الوافدين إلى ولاية جيجل، فمن المحتمل انه كلما زاد عدد السياح بالولاية سيؤدي ذلك بشكل مباشر للزيادة في الطلب على خدمات القرية السياحية، ومنه يمكننا أن نعتبر بأن السائح هو المتحكم الأول في زيادة أو ضعف الطلب السياحي ولكي نتعرف على خصائصه اتبعنا الخطوات التالية:

أ. **تحديد مجتمع وعينة الدراسة:**

- **مجتمع الدراسة:** حسب موضوع الدراسة المختار فإن المجتمع المحدد يشمل جميع السياح الوافدين على ولاية جيجل؛

- **عينة الدراسة:** بما أن هدف الدراسة هو معرفة وتقدير حجم الطلب المتوقع للسياح على القرية السياحية ونظرا لتقيد بحثنا هذا بحدود زمنية وصعوبة الوصول لكل سياح، فقد تم أخذ عينة غير عشوائية من أفراد المجتمع وكان حجمها المعتمد عليه في الدراسة مساويا لـ 235 فرد، وقد تم استبعاد 25 استمارة.

ب. **أداة الدراسة:** تم الاعتماد على الاستبيان كأداة من أدوات البحث العلمي الذي يساعد في جمع المعلومات المختلفة من خلال استجابة الأفراد لمجموعة من الأسئلة التي تكون مبسطة وسهلة الفهم التي لها علاقة مباشرة بموضوع دراستنا. لقد احتوى الاستبيان أولا على معلومات شخصية تليها مختلف الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمتكونة من 26 سؤال، وزعت داخل وخارج الولاية،

(للإطلاع على الاستبيان أنظر الملحق رقم (01))

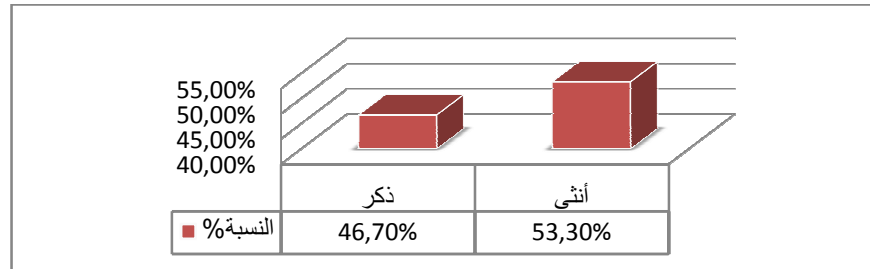
ج. عرض وتحليل بيانات الاستبيان: بعد قيامنا بعرض وتحليل بيانات الاستبيان تم الوصول إلى بعض

الاستنتاجات سنتطرق لها من خلال الشرح الرسومات البيانية التالية:

✓ خصائص أفراد العينة:

1. الجنس:

الشكل رقم(03): نسب جنس عينة الدراسة

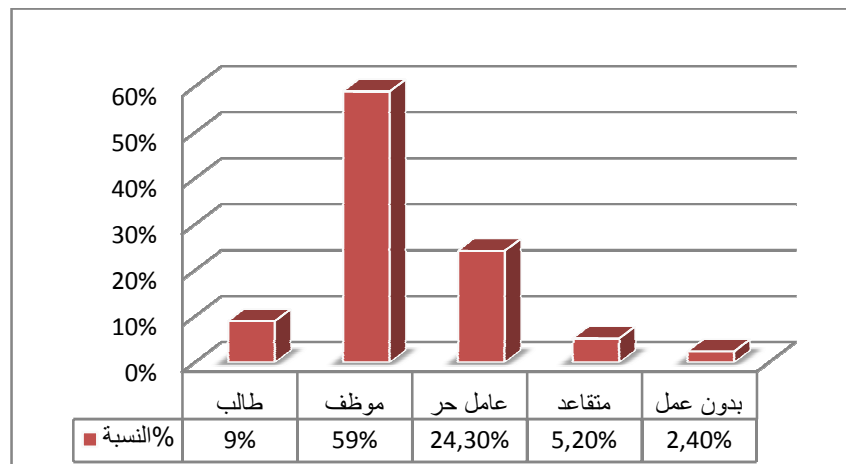


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (03) أن نسبة الإناث في العينة قد فاقت نسبة الذكور بفارق صغير حيث بلغ عدد الإناث 112 بنت بنسبة (53.3%) من إجمالي لعينة، بينما كان عدد الذكور 98 ذكر بنسبة (46.7%) من العينة.

2. الحالة العملية لأفراد العينة:

الشكل رقم(04): الحالة العملية لأفراد العينة

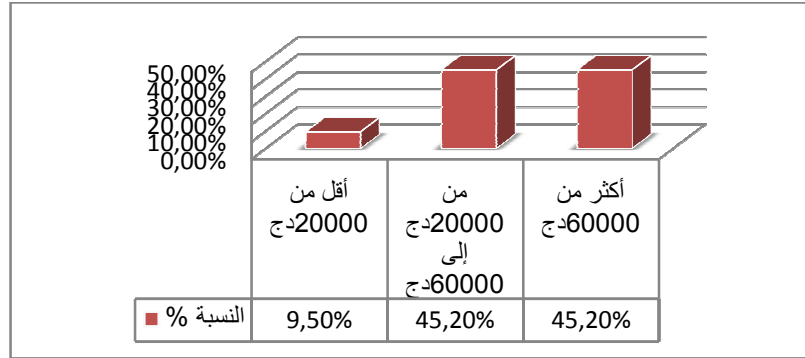


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(04) أن نسبة (59%) من أفراد العينة لديهم وظائف، بينما (24.3%) يمتهنون أعمالاً حرة. ثم تليها فئة الطلاب والمتقاعدين والذين بدون عمل حسب النسب التالية على الترتيب (9%)، (5.2%)، (2.4%). ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة هم موظفون.

3. الدخل الفردي لأفراد العينة:

الشكل رقم (05): الدخل الفردي لأفراد العينة

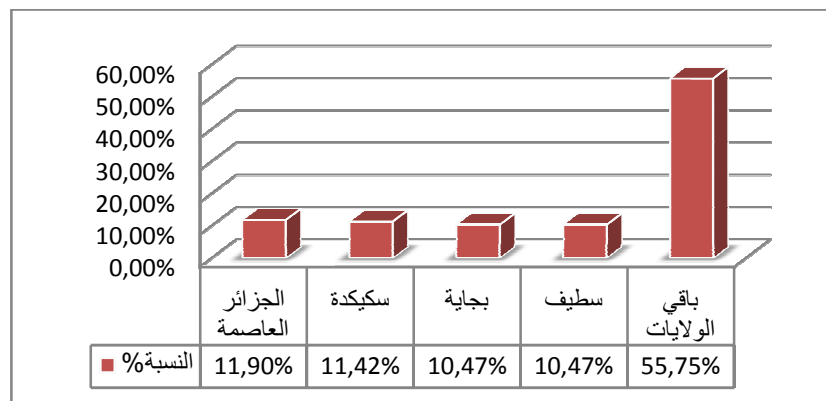


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج

نلاحظ من خلال الشكل رقم (05) أن نسبة أصحاب الدخل المحصور بين 20000 دج و 60000 دج قد تساوت مع أصحاب الدخل الأكثر من 60000 دج وذلك بنسبة (45.2%) لكلا الفئتين، ثم تأتي فئة الدخل الأقل من 20000 دج بنسبة (9.5%).
ومنه يمكننا أن نعتبر زوار ولاية جيجل يشملون على أصحاب الدخل المتوسط والمرتفع أي الطبقة المتوسطة والغنية.

4. مكان إقامة أفراد العينة:

الشكل رقم (06): مكان إقامة أفراد العينة



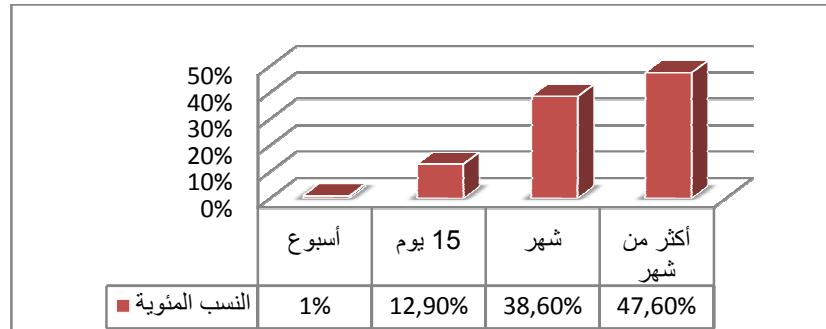
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يبين الشكل رقم (06) إحصائيات مكان الإقامة الذي الزوار القادمين لولاية جيجل حيث كانت أكبر نسبة (11.9%) للجزائر العاصمة تليها ولاية سكيكدة بنسبة (11.42%)، وتساوت ولايتي بجاية وسطيف بنسبة (10.47%) أما نسبة (55.74%) فقد وزعت على باقي ولايات الوطن مثل (قسنطينة، ميلة، بلدية، عنابة،...).

✓ الثقافة السياحية لدى أفراد العينة:

1. عدد أيام العطلة السنوية:

الشكل رقم (07): عدد أيام العطل السنوية



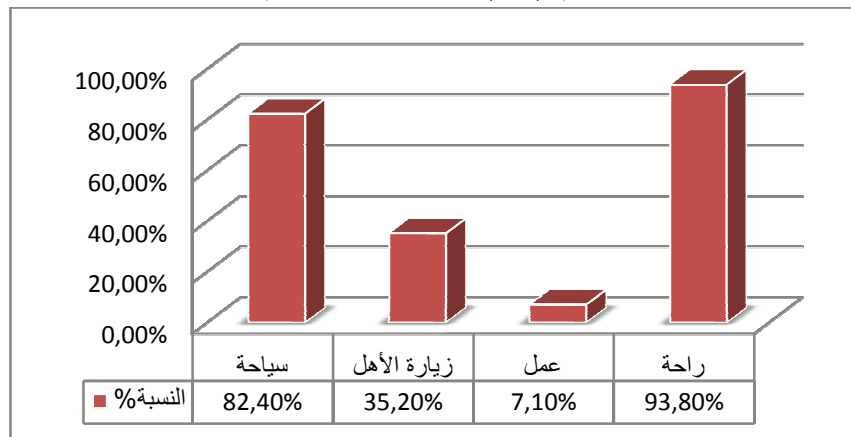
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الشكل رقم (07) نلاحظ أن أعلى نسبة قد لغت ((47.6%) وتمثل أفراد العينة الذين يفضلون قضاء عطلم في مدة تزيد عن الشهر، بينما بلغت نسبة أفراد العين الذين يفضلون قضاء عطلتهم في مدة شهر (38.6%)، في حين بلغت نسبة الفئتين التي تقضي عطلتها في مدة 15 يوم وفي أسبوع (12.9%) و(1%) على التوالي.

ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة هم ممن يفضلون قضاء عطلتهم في مدة تزيد عن الشهر.

2. الهدف من القيام بالعطلة السنوية:

الشكل رقم (08): الهدف من القيام بالعطلة السنوية

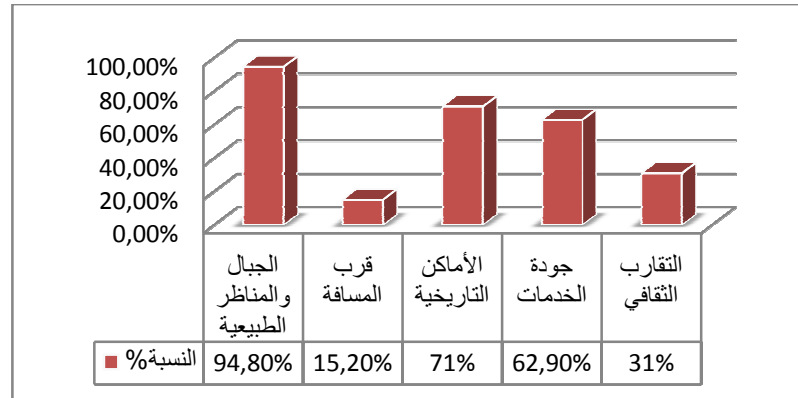


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (08) أن أغلب أفراد العينة يفضلون قضاء عطلتهم السنوية في الراحة والسياحة وذلك بنسبة (93.8%) للراحة و(82.4%) للسياحة، ثم تليها الفئة التي تفضل زيارة الأهل في عطلتهم بنسبة (35.2%) وفي الأخير نجد نسبة (7.1%) للفئة التي تقضي عطلتها في الأعمال.

3. العوامل المشجعة على اختيار وجهة قضاء العطلة:

الشكل رقم(09):العوامل المشجعة على اختيار وجهة قضاء العطلة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(09) أن النسبة الأكبر كانت للفئة التي تفضل الجبال والمناظر الطبيعية ب(94.8%) ثم تليها الفئة التي تفضل الأماكن التاريخية بنسبة(71%) بعدها تأتي الفئة التي تختار وجهتها السياحية بناء على جودة الخدمات وذلك بنسبة (62.9%) وفي الأخير تأتي فئتي التقارب الثقافي و قرب المسافة بنسبتي (31%) و(15.2%) على التوالي.

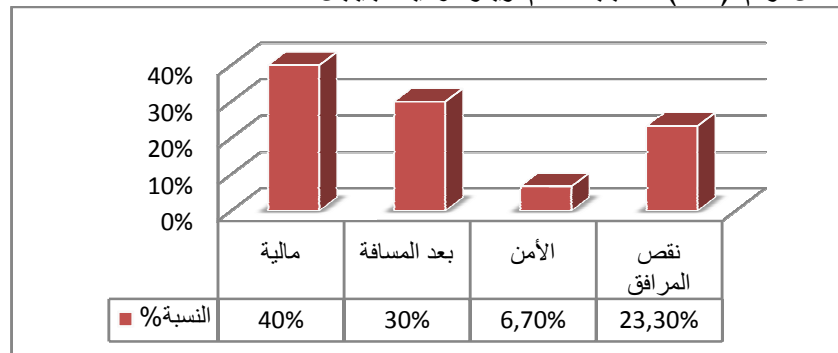
ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يختارون وجهتهم على أساس المناطق الطبيعية والجبالية بالإضافة للمناطق التاريخية وجودة الخدمات، وهذا يعتبر بالشيء المشجع جدا للقريبة السياحية لاعتبارها قرية جبلة تحتوي على مناظر طبيعية خلابة بالإضافة للقيمة التاريخية لها.

✓ محددات الطلب على ولاية جيجل:

بناء على نتائج الاستبيان تبين لنا أن (85.7%) من أفراد العينة سبق لهم أن زاروا ولاية جيجل بالمقابل (14.3%) من أفراد العينة لم تتسن لهم فرصة زيارة الولاية وذلك لعدة أسباب مختلفة حسب ما هو موضح في الجدول الآتي:

1. سبب عدم زيارة ولاية جيجل:

الشكل رقم (10): سبب عدم زيارة ولاية جيجل



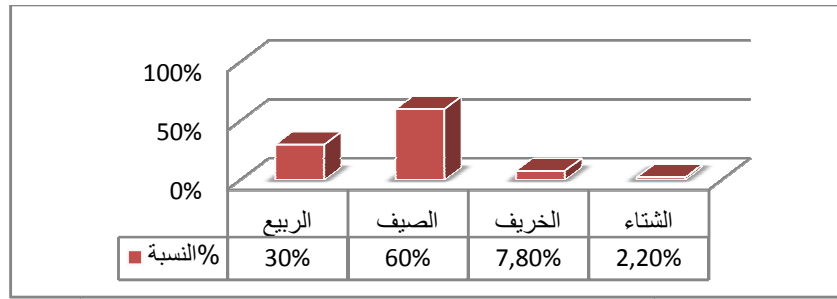
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال نتائج الاستبيان نجد أن 30 شخص من أفراد العينة لم تتسنى لهم زيارة ولاية جيجل. و نلاحظ من خلال الشكل رقم(10) أن نسبة (40%) من أفراد العينة كان سبب عدم زيارتهم للولاية مالي بينما بلغت نسبة بعد المسافة (30%) ويلبها سبب نقص المرافق بنسبة (23.3%) ونجد في الأخير نسبة الأمن هي الأضعف حيث بلغت (6.7%).

وحسب نتائج الاستبيان فإن نسبة (96.7%) أي 29 فرد ممن لم تتسنى لهم فرصة زيارة الولاية قد عبروا عن رغبتهم في زيارة الولاية إذا ما توفرت لهم الظروف المناسبة، بينما حافظ فرد واحد بنسبة (3.3%) على رأيه بعدم زيارة الولاية حتى إذا ما توفرت له الظروف المناسبة.

2. الفصل المناسب لزيارة ولاية جيجل:

الشكل رقم (11): الفصل المناسب لزيارة ولاية جيجل

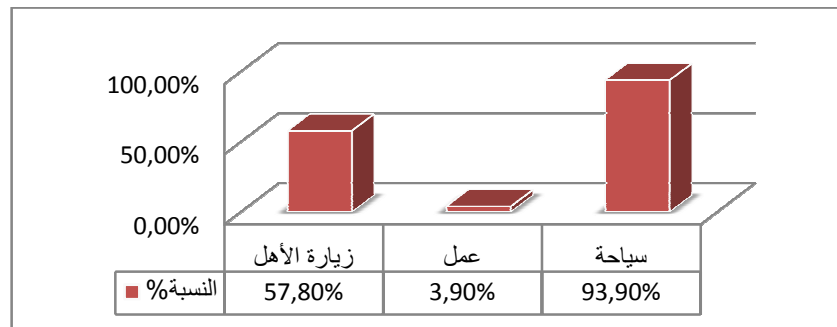


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(11) أن (60%) من عينة زوار ولاية جيجل يفضلون زيارتها في فصل الصيف ويعود ذلك لسبب موسم الاصطياف بالإضافة إلى أن أغلب العطل السنوية تكون في فصل الصيف، بينما تفضل نسبة (30%) من أفراد العينة زيارة الولاية في فصل الربيع ثم تليها نسبة (7.8%) و(2.2%) لفصلي الخريف والشتاء.

3. دوافع الزيارة:

الشكل رقم(12): دوافع زيارة ولاية جيجل

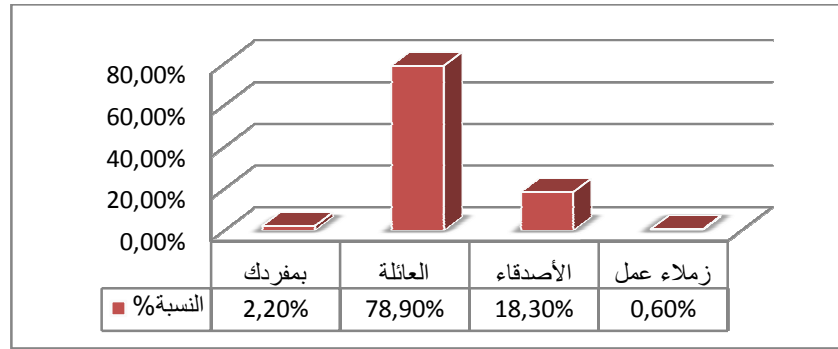


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(12) أن أغلبية زوار ولاية جيجل يفضلون زيارتها بهدف السياحة وزيارة الأهل حيث بلغت نسبهم على التوالي (93.9%) و(57.8%) أما نسبة (3.9%) فكانت للفئة التي تزور ولاية جيجل بهدف العمل.

✓ شكل الخروج:

الشكل رقم (13): شكل خروج أفراد العينة

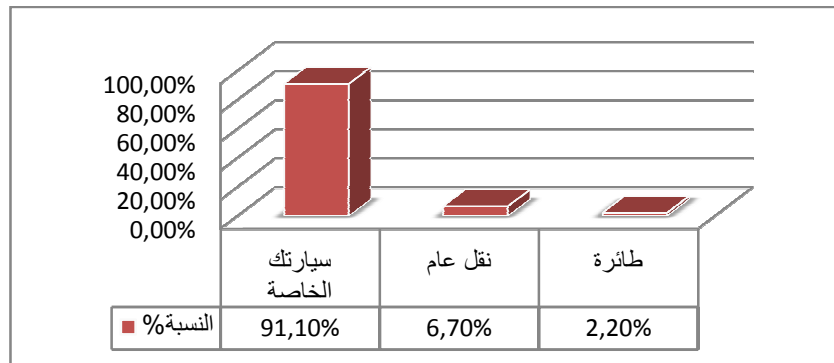


المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(13) أن أغلب السياح الذين زاروا ولاية جيجل كانوا في شكل عائلات قدرت بنسبة (78.9%) ويعود ذلك لاعتبار أن ولاية جيجل من بين الولايات المحافظة، بينما تقدر نسبة فئة الأصدقاء ب (18.3%) في حين بلغت نسبة (2.2%) للزوار الذين أتوا بمفردهم و(0.6%) لزملاء العمل.

✓ وسيلة التنقل:

الشكل رقم (14): وسيلة تنقل أفراد العينة أثناء زيارتهم للولاية



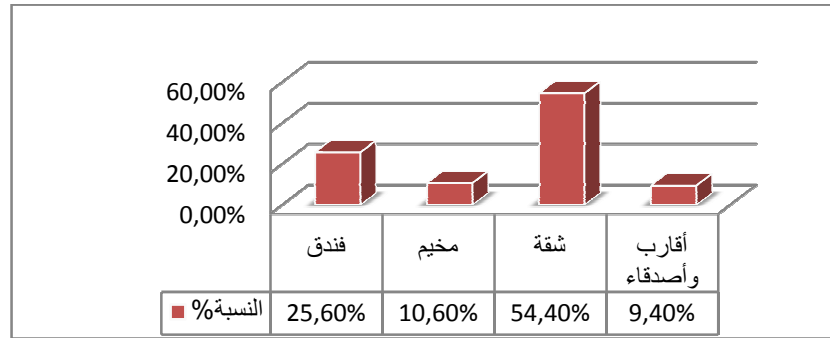
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل (14) أن أغلب زوار ولاية جيجل يعتمدون على سياراتهم الخاصة ذلك بنسبة (91.1%) بينما كانت نسبة (6.7%) و(2.2%) للفئة التي تنتقل باستخدام النقل العام والطائرة.

ومنه نستنتج أنه لا بد من توفير حظيرة للسيارات بالقرية السياحية.

✓ مكان الإقامة:

الشكل رقم (15): مكان إقامة أفراد العينة

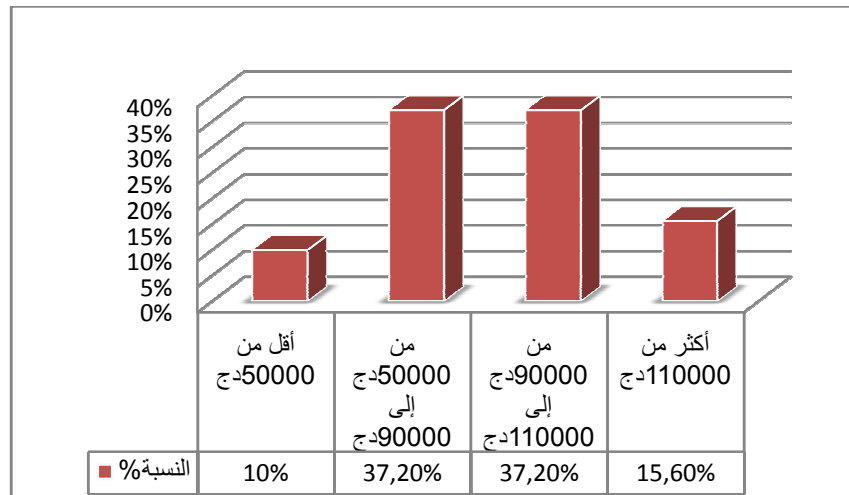


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الشكل رقم (15) نجد أن فئة الزوار الذين يفضلون البقاء في الشقق هي الأكبر بنسبة (54.4%) في حين الفئة التي تفضل البقاء في الفنادق بنسبة (25.6%) وبعدها تأتي فئة المخيمات بنسبة (10.6%) بينما قدرت نسبة الفئة التي تبقى عند الأقارب والأصدقاء ب (9.4%).

✓ متوسط الإنفاق:

الشكل رقم (16): متوسط إنفاق أفراد العينة عند قيامهم بالرحلة السياحية

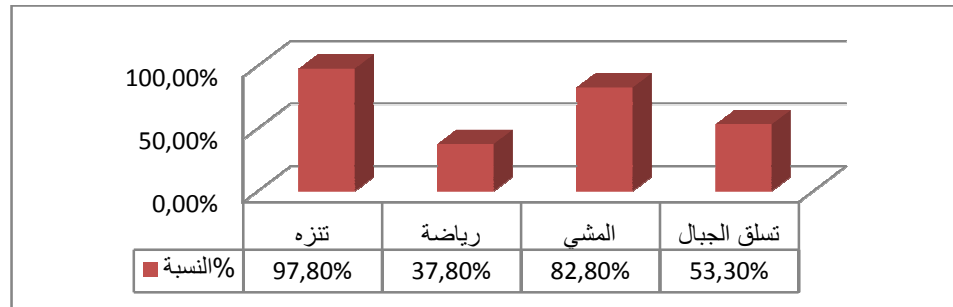


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (16) أن فئتي الإنفاق المحصور بين (50000 دج - 90000 دج) و (90000 دج - 110000 دج) قد تساوتا بنسبة (37.2%) والذي يمكننا أن نعتبره سلوك إنفاق عقلائي نوعا ما، بالإضافة لذلك فقد بلغت نسبة فئة الإنفاق الأكثر من 110000 دج (15.6%) وهو ما يدل على أن هذه الفئة تبحث عن تلبية حاجاتها من رفاهية وراحة في سحاء دون الاهتمام بالأسعار، لتبقى نسبة (10%) لفئة الإنفاق الأقل من 50000 دج.

✓ النشاطات التي تفضل القيام بها في رحلتك السياحية:

الشكل رقم (17): النشاطات التي يفضل أفراد العينة القيام بها في رحلتهم السياحية



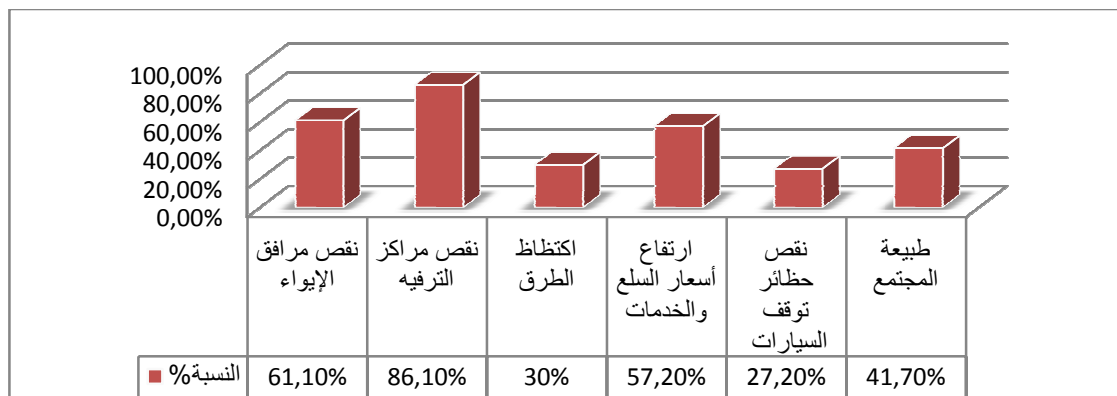
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (17) أن أغلب أفراد العينة يفضلون القيام بالتنزه والمشي في رحلتهم السياحية وذلك بنسبة (97.8%) و(82.8%)، وهذا مناسب جدا في فكرة قرينتنا السياحية حيث ستوفر لهم الجو الملائم للتنزه والمشي في الطبيعة بالإضافة لذلك نلاحظ أن (53.3%) من أفراد العينة يفضلون ممارسة نشاط تسلق الجبال وهو أيضا من بين الأنشطة المبرمج إدراجها في خدمات القرية، وفي الأخير توجد نسبة (37.8%) من أفراد العينة فضلوا ممارسة الرياضة خلال عطلتهم السياحية وهذا ما يدفعنا لتوفير قاعة رياضة تلبينا لرغبتهم.

✓ تقييم ولاية جيجل:

حسب نتائج الاستبيان نجد أن نسبة (22.2%) من أفراد العينة فقط من يجدون بأن الخدمات المعروضة لهم هي خدمات جيدة، بينما يرى (59.4%) من أفراد العينة بأن الخدمات ذات درجة متوسطة، لتبقى نسبتي (4.4%) و(2.8%) للخدمات الضعيفة والضعيفة جدا على التوالي. ويعود ذلك لعدة أسباب مختلفة كانت ذات نسب مختلفة كما هو موضح في الشكل الآتي :

الشكل رقم (18): السلبيات التي واجهت أفراد العينة عند زيارة ولاية جيجل



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من الشكل رقم (18) أن أعلى نسبة كانت (86.1%) لنقص مراكز الترفيه، تأتي بعدها نسبة (61.1%) لنقص مرافق الإيواء وهما من بين أكبر الأسباب التي يشتكي منها السياح عند قدومهم للولاية، تأتي بعدها مشكلة غلاء الأسعار بنسبة (57.2%)، كما بلغت نسبة طبيعة المجتمع (41.7%) فنجد أن طريقة التعامل مع السائح إذا لم تكن مناسبة ستؤثر سلبا عليه ومنه نستنتج أنه يتوجب علينا توظيف عمال القرية السياحية ممن لديهم الكفاءة العالية و القدرة على التعامل مع السائح بالطريقة المناسبة. في حين بلغت نسب اكتظاظ الطرق و نقص حظائر توقف السيارات (30%) و(27.2%) على التوالي.

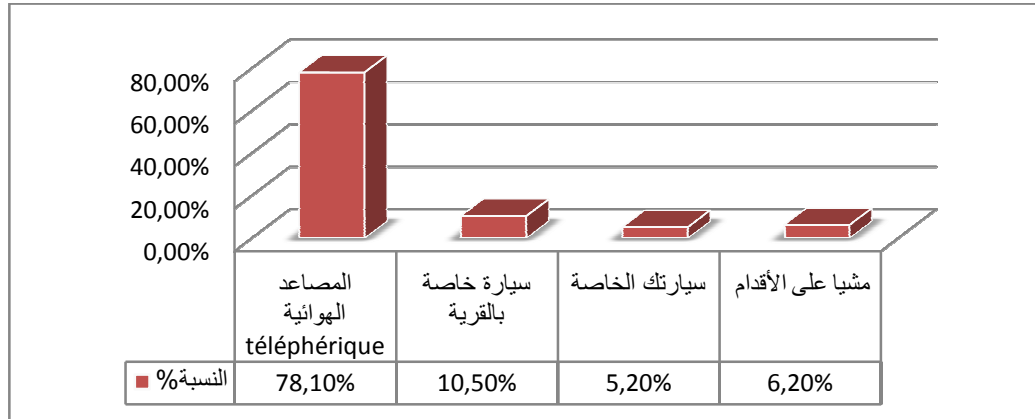
✓ عناصر المزيج التسويقي للقرية السياحية:

1. المنتج:

بناء على نتائج الاستبيان كانت جميع إجابات أفراد العينة مؤيدة لفكرة إقامة قرية سياحية جبلية بولاية جيجل أي بنسبة (100%).

أ. وسيلة التنقل للوصول إلى القرية:

الشكل رقم (19): وسيلة التنقل من أسفل الجبل وصولا للقرية



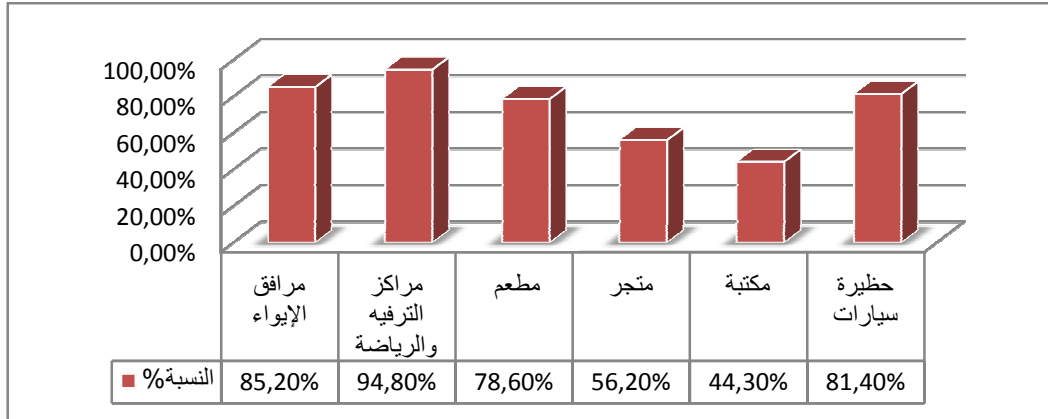
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (19) أن معظم أفراد العينة فضلوا استخدام المصاعد الهوائية للوصول إلى القرية السياحية وذلك بنسبة (78.1%) بينما بلغت نسبة السياح الذين فضلوا استخدام سيارة خاصة بالقرية (10.5%) لتبقى نسبي (6.2%) و(5.2%) للذين فضلوا الصعود مشيا على الأقدام وباستخدام سياراتهم الخاصة على التوالي.

ومنه فإن القرية السياحية ستكون مجهزة بمصاعد هوائية لتسهيل عملية تنقل السياح، بالإضافة لتوفير سيارة أو اثنين من أجل تلبية رغبة السياح الذين فضلوا استخدام سيارة خاصة من أجل الوصول للقرية.

ب. نوع المرافق التي يفضل أفراد العينة توفرها في القرية السياحية:

الشكل رقم (20): المرافق التي يفضل أفراد العينة توفرها في القرية السياحية



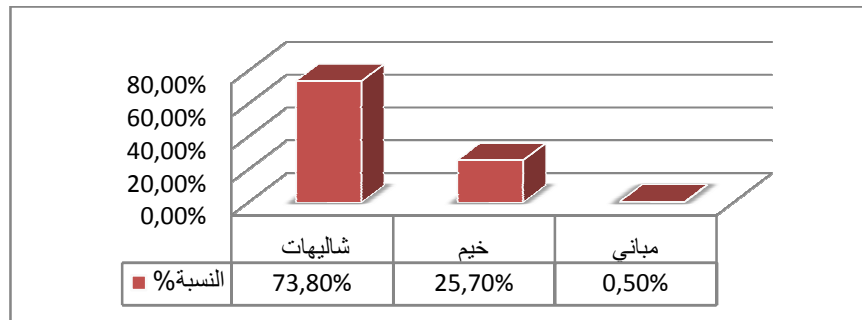
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(20) أن أكبر نسبة بلغت (94.8%) لمراكز الترفيه والرياضة، بينما بلغت نسبة مرافق الإيواء (85.2%) وكانت نسبة حظيرة السيارات (81.4%) في حين بلغت نسبة المطعم (78.6%)، لتبقى نسبتي (56.2%) و(44.3%) للمتجر والمكتبة على التوالي.

ومنه نستنتج أن جميع المرافق قد كانت نسبها مرتفعة نوعا ما هذا يعني أننا سنعمل على توفيرها جميعا في القرية السياحية.

ج. التصميم الخارجي للقرية:

الشكل رقم (21): التصميم الخارجي للقرية



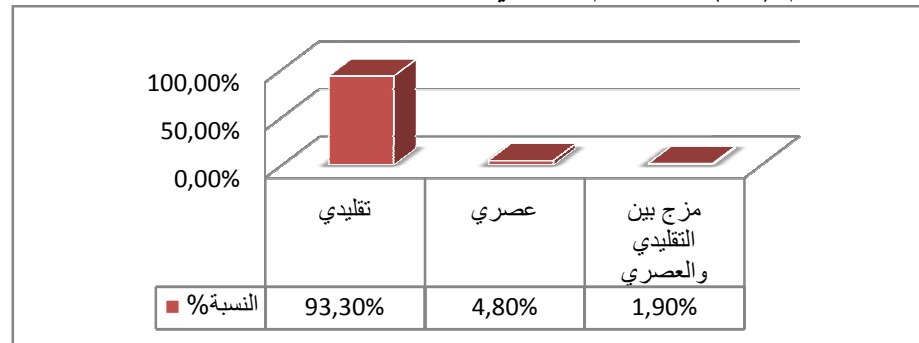
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم(21) أن أغلب أفراد العينة اختاروا أن يكون التصميم الخارجي للقرية عبارة عن شاليهات (أكواخ خشبية) وذلك بنسبة (73.8%)، بينما كانت نسبة الخيم (25.7%) ونسبة (0.5%) للمباني.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العين يفضلون أن يكون الطابع الخارجي للقرية عبارة عن شاليهات وخيم بدل المباني، وهو الطابع البنائي الذي سنعمل عليه في تصميم القرية السياحية.

د. التصميم الداخلي للقرية:

الشكل رقم (22): التصميم الداخلي للقرية



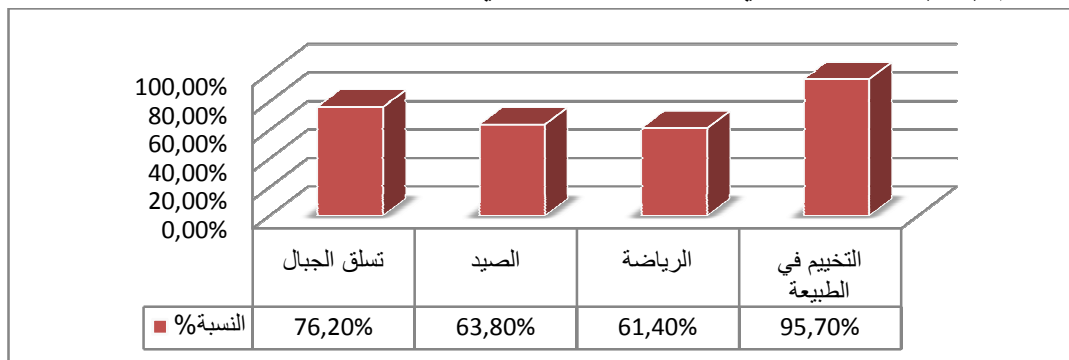
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (22) أغلبية أفراد العينة اختاروا أن يكون التصميم الداخلي للقرية تقليديا ذلك بنسبة (93.3%)، بينما نسبة (4.8%) للتصميم الممزوج بين العصري والتقليدي، لتبقى نسبة (1.9%) للتصميم الداخلي العصري.

ومنه نستنتج أن التصميم الداخلي التقليدي هو المفضل لدى أفراد العينة وبالتالي سيكون التصميم الداخلي للقرية ذو طابع تقليدي.

هـ. الأنشطة التي ستوفرها القرية:

الشكل رقم (23): الأنشطة التي يرغب زوار القرية في ممارستها



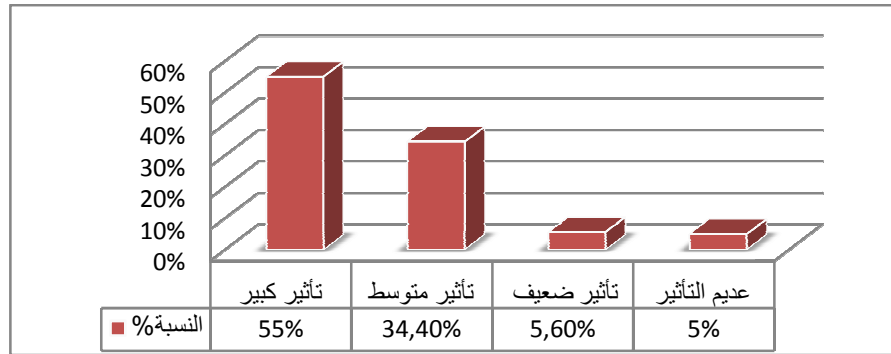
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (23) أن فئة الزوار الذين يرغبون بالتخييم في الطبيعة قدرت ب(95.7%) ، تليها مباشرة نسبة (76.2%) لنشاط تسلق الجبال، بينما الأفراد الذين يفضلون الصيد وممارسة الرياضة قدرت بنسبتي (63.8%) و(61.4%) على التوالي.

ومنه ونزولا عند رغبة أفراد العينة سنقوم بتوفير خرجات للقيام بالتخييم في الطبيعة على مستوى القرية، هذا بالإضافة للطاقت المخصص في تنظيم رحلات لتسلق الجبال والصيد.

2. التسعير:

الشكل رقم (24): تأثير السعر على اتخاذ قرار اختيار الوجهة السياحية

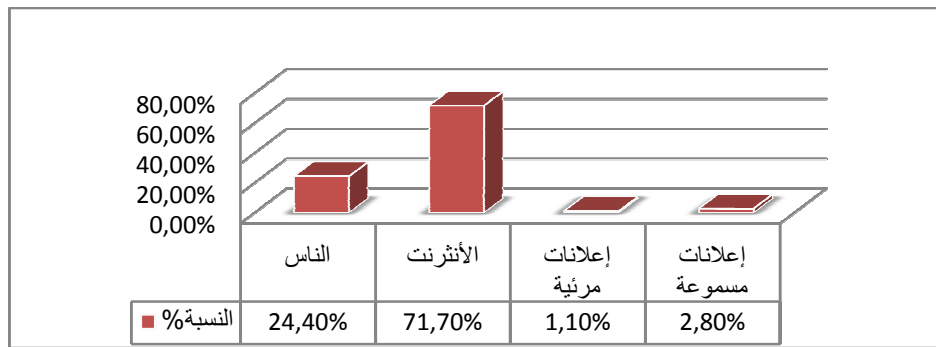


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (24) أن نسبة (55%) من أفراد العينة يكون للسعر تأثير كبير في اتخاذهم لقرار وجهتهم السياحية، تليها نسبة (34.4%) لفئة تأثير السعر المتوسط ثم نسبة (5.6%) لفئة التأثير الضعيف، وفي الأخير نسبة (5%) للفئة التي لا يؤثر السعر في قرار اختيارهم لوجهتهم السياحية.

3. الترويج:

الشكل رقم (25): الوسائل الترويجية المستخدمة لدى أفراد العينة



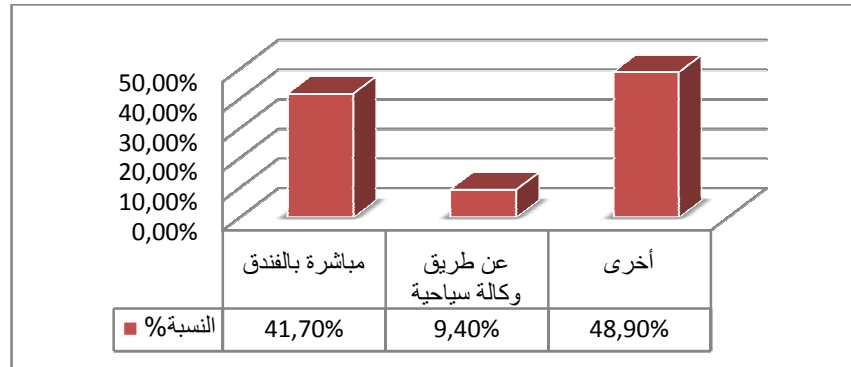
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (25) أن أغلبية أفراد العينة يعلمون بوجود وجهة سياحية جيدة عن طريق الانترنت بنسبة (71.7%) في حين بلغت نسبة (24.4%) من الأفراد الذين يعتمدون في اختيار وجهتهم السياحية بتأثير الناس، أما فئة الإعلانات المسموعة والمرئية فقد كانت شبه منعدمة ذلك بنسبتي (2.8%) و(1.1%) على التوالي.

ومنه ستعتمد القرية السياحية في ترويج خدماتها على الانترنت بصفة أساسية هذا بالإضافة لعملها على تحسين سمعتها لدى السياح بغية تحسين الكلمة المنقولة عنها.

4. التوزيع:

الشكل رقم (26): التوزيع

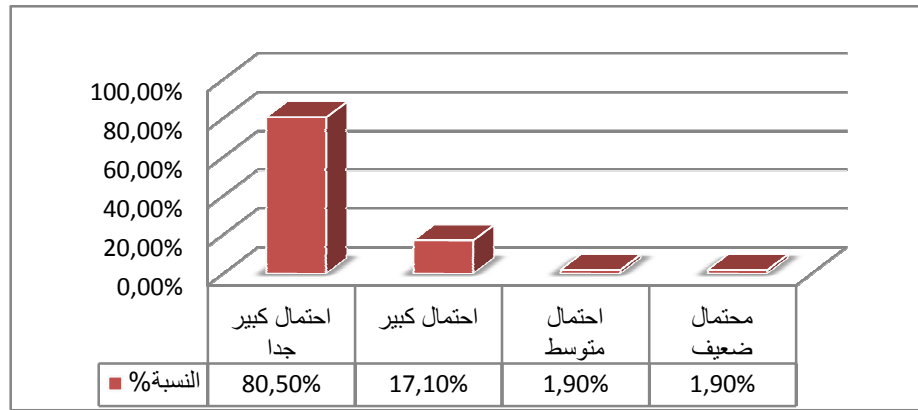


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (26) أن (41.7%) من أفراد العينة قد اختاروا الخيار الثالث (أخرى) في عملية حجزهم للخدمات السياحية وحسب أغلبية إجابات الأفراد أنهم يقومون بالحجز مباشرة لدى صاحب الشقة باستخدام الهاتف، بينما كانت نسبة (41.7%) للأفراد الذين يتوجهون مباشرة للفندق، ونسبة (9.4%) لأفراد العينة الذين يقومون بعملية الحجز عن طريق الوكالات السياحية (وسيط).

✓ تقدير الطلب المتوقع على القرية السياحي

الشكل رقم (27): احتمال قدوم أفراد العينة للقرية السياحية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (27) أن نسبة (80.5%) من أفراد العينة كان احتمال قدومهم للقرية السياحية كبير جدا، بينما كانت نسبة (17.1%) لأفراد العينة الذين كان احتمال قدومهم كبير، في حين تساوت نسبتي احتمال القدوم المتوسط والضعيف ب(1.9%) من أفراد العينة.

نتائج دراسة الجدوى التسويقية:

- زوار ولاية جيجل ينحدرون من مختلف ولايات الوطن منها: الجزائر العاصمة، سكيكدة، بجاية، سطيف، قسنطينة... الخ؛
- تشمل عينة الأفراد على الذكور والإناث وتختلف بين الطلاب، موظفين، عمال أحرار، متقاعدين والذين بدون عمل، ويتراوح دخلهم ما بين 20000 دج و 60000 دج؛
- تبلغ العطلة السنوية لدى أغلب أفراد العينة مدة شهر فما فوق حيث يفضلون قضاءها في المناطق ذات الطابع الجبلي والأماكن التاريخية؛
- (14.3%) من نسبة أفراد العينة لم تتسنى لهم فرصة زيارة ولاية جيجل وذلك راجع لعدة أسباب منها الأسباب المالية، بعد المسافة، ونقص المرافق. بينما عبر معظمهم عن رغبتهم بزيارة الولاية في حالة توفر الظروف الملائمة؛
- أغلب زوار ولاية جيجل يفضلون زيارتها في فصل الصيف ذلك بهدف السياحة ويأتون إليها في شكل عائلات باستخدام سياراتهم الخاصة؛
- يفضل (54.4%) من أفراد العينة الإقامة في الشقق عند قدومهم لولاية جيجل ويتراوح إنفاقهم ما بين أقل من 50000 دج كأضعف حد وأكثر من 110000 دج كأكبر حد؛
- واستنادا على رغبات السياح تتوفر القرية على:
 - مجموعة شاليهات ذات تصميم تقليدي بالإضافة للخيام؛
 - المصاعد الهوائية؛
 - مراكز الترفيه والرياضة، متجر، مطعم، مكتبة؛
 - تنظيم خرجات لممارسة هواية الصيد وتسلق الجبال والتخييم في الطبيعة؛
 - العمل على تكثيف حملات الترويج للقرية عبر الأنترنت؛
 - توفير خدمة الحجز بالقرية مباشر عن طريق الاتصال بالهاتف؛

ثالثا: دراسة الجدوى الفنية

1. تحديد حجم المشروع:

يتم تحديد حجم قرية الصخر الأحمر السياحية عن طريق تحديد الطاقة الإنتاجية اللازمة لتلبية حاجات ورغبات السياح المختلفة عن طريق تقديم خدمات الإيواء كخدمة أساسية بالإضافة لمجموعة خدمات تكميلية لها، تهدف لبعث نوع جديد من السياحة بالولاية والتقليل من حدة موسمية النشاط السياحي. ويبين الجدول التالي الطاقة الإنتاجية لقرية الصخر الأحمر السياحية:

الجدول رقم (07): الطاقة الإنتاجية لقرية الصخر الأحمر السياحية

البيان	الطاقة الإنتاجية
- شاليهات (أكواخ خشبية)	- 25 كوخ بطاقة استيعاب 75 سرير
- خيم	- 10 خيم بطاقة استيعاب 15 سرير
- مطعم	- 35 مقعد
- مكتبة	/
- مساحة مخصصة لممارسة الـ Yoga	/
- العربات الهوائية (téléphérique)	- 12 مقعد
- مصلى	- 40 شخص
- محل تجاري	/
- قاعة رياضة منغطة	/
- حظيرة سيارات	- 40 سيارة

المصدر: من إعداد الطلبة.

2. موقع مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية:

- **الموقع:** أنشئت بلدية سيدي معروف خلال الحقبة الاستعمارية سنة 1957م، وسميت بسيدي معروف نسبة إلى الولي الصالح "معروف" الذي يوجد ضريحه في أعلى الكاف المسمى أيضا "كاف سيدي معروف"، ويطلق عليها في الوسط الشعبي اسم "بولمروج" نسبة لموقعها المتميز بعدة مروج خضراء. تقع بلدية سيدي معروف في الجنوب الشرقي لولاية جيجل على بعد 72 كلم عن مقر الولاية، يحدها شمالا بلدية أولاد يحي خدروش، جنوبا بلدية حمالة، شيفارة ولاية ميله، شرقا بلدية عنابة وسطارة، غربا بلدية أولاد رابح. تتميز البلدية بتضاريسها الوعرة و المتمثلة في الجبال، إضافة إلى غابها الكثيفة التي تحتل نسبة 70 % من مساحتها الإجمالية وتضم أشجار الفلين والزيتون، وتحتل الأراضي الفلاحية نسبة 30 % منها كما تمتاز البلدية بمنجمين للحديد والصلب ومنجم بولحمام و منجم سيدي معروف¹.

¹ [http:// www.facebook.com](http://www.facebook.com) , 1998895073768845, 11/04/2021 : h16 :30.

- **المساحة:** تقدر المساحة الإجمالية لقرية الصخر الأحمر السياحية ب: 18624 م² أي ما يقارب 2 هكتار تشمل على المساحات المبنية بالإضافة للمساحات الخضراء المخصصة للتنزه والراحة واللعب.
- **الطقس:** تتميز منطقة سيدي معروف عموما و بولحمام خصوصا بطقس حار وجاف صيفا وبارد وممطر شتاءا.
- **التربة:** الموقع المخصص لإقامة مشروع قرية الصخر الأحمر السياحة قريب نوعا ما من التجمعات السكنية ومنه يمكننا اعتبار أن نوع التربة بالمنطقة مناسبة لإنشاء المباني عليها.
- **تكلفة الأرض:** بما أن الموقع المخصص لإقامة المشروع لا يدخل ضمن مناطق التوسع السياحية لولاية جيجل فإنه يتعين علينا القيام بطلب لدى الدولة يبين نوع الاستثمار السياحي المراد إقامته في المنطقة من أجل الحصول على الأرض بالإضافة للامتيازات المرافقة لها.
- **المرافق العامة¹:**

تتوفر دائرة سيدي معروف على مجموعة من المرافق العامة والمتمثلة في:

- **الموارد المائية:** تتزود المنطقة بالماء الصالح للشرب من عدة آبار وينابيع جبلية ذات المياه الطبيعية ويتم تزويد المناطق السكنية بهذه المياه خلال جميع أيام الأسبوع صباحا ومساءا.
- **الكهرباء:** سعت دائرة سيدي معروف لتوصيل الكهرباء لجميع أرجاء المنطقة ومن بينها منطقة بولحمام أي أنه من السهل جدا ربط قرية الصخر الأحمر بالكهرباء.
- **الغاز الطبيعي:** تبلغ نسبة المستفيدين من الغاز الطبيعي في المنطقة 60% لعام 2020 وتسعى الدائرة إلى زيادة نسبة المستفيدين من الغاز الطبيعي في المستقبل.
- **الصرف الصحي:** تتوفر جميع المناطق السكنية بسيدي معروف على قنوات الصرف الصحي وهو ما سيسهل عملية ربط قنوات الصرف الصحي للقرية بشبكة الصرف الصحي الرئيسية لقرية بولحمام.
- **القمامة:** تسعى دائرة سيدي معروف للحفاظ على نظافة المناطق السكنية من خلال توفير شاحنات مخصصة لجمع القمامة تعمل مرتين خلال الأسبوع.
- **التجهيزات:** تتوفر دائرة سيدي معروف على عدة تجهيزات كما هي ممثلة في الجدول التالي:

¹ مقابلة مع السيد عبد الغاني غسمون، رئيس المكتب المكلف بالإحصاء لدائرة سيدي معروف، تحديد المرافق العامة لدائرة سيدي معروف، ولاية جيجل، 2021/05/25، 10:15.

الجدول رقم (08): التجهيزات الخاصة بدائرة سيدي معروف

البيان	النوع	العدد
التجهيزات الإدارية	فرع بلدي	02
	مركز بريد	02
	الأمن الحضري	01
	مركز ثقافي	01
التجهيزات الصحية	العيادة متعددة الخدمات	01
	قاعة علاج	06
التجهيزات الدينية	مسجد	11

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المقابلة مع السيد عبد الغاني غسمون المكلف بالإحصاء

3. تحديد نوع الإنتاج والعمليات الإنتاجية والتكنولوجيا المعتمدة: بما أن مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية تقدم مختلف الخدمات المتكاملة من إيواء، ترفيه.... وغيرها، وبالتالي فالمشروع يحتاج لتوظيف يد عاملة مؤهلة ذات كفاءة عالية خاصة في التعامل مع الزوار، أي أنه لا يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا في تقديم خدماتها.

4. التخطيط الداخلي لقرية الصخر الأحمر السياحية:

أ. التصميم الخارجي لقرية الصخر الأحمر: ستكون مكونة من مجموعة شاليهات (أكواخ خشبية) وخيم متفرقة داخل الطبيعة بأحجام مختلفة، فحسب نتائج الاستبيان كانت نسبة (73.8%) لتصميم أكواخ خشبية بدل المباني، وأن تكون ذات طابع تقليدي بنسبة (93.3%). هذا ما ساعدنا في تصميم الشكل الخارجي للقرية والذي كان بالشكل التالي:



- الشاليهات (الأكواخ الخشبية): ستكون مصنوعة أساس من الخشب الخاص المقاوم لجميع المؤثرات الطبيعية بالإضافة للحديد والزجاج؛
- الأرضية: بما أن الأكواخ مصنوعة من الخشب فمن البديهي أن أرضيته ستكون خشبية أيضا (خشبها يكون من النوع غير النافذ للماء وغير ماص له)؛
- النوافذ: يختلف تصميمها من كوخ لآخر سواء من حيث حجمها أو علوها، و ستتوفر الأكواخ على نوافذ قابلة للفتح وأخرى غير قابلة للفتح؛
- الأبواب: سنعتمد على الأبواب الأمامية التي تكون لها نافذة كبيرة أو كما تعرف بأبواب الشاشة (سميت بالشاشة لأنها تسمح للزائر بمشاهدة المناظر الطبيعية من خلالها)؛



- الخيم: ستكون مصنوعة خارجيا من غلاف أبيض عازل للضوء والحرارة والبرودة بالإضافة لتوفرها فتحات تفتح وتغلق في شكل

نوافذ لأجل توفير الإضاءة والتهوية اللازمة للخيمة؛



- **طريق حجري:** الطريق الحجري هو أسلوب مهم جدا عند تصميم الأكواخ ويتمثل في طريق صغير مكون من الحجارة يؤدي مباشرة إلى بوابة الكوخ (كما يمكننا أن نعتمد عليها في تصميم حافة حجرية لأحواض الأزهار على طرفي المدخل الرئيسي للكوخ)؛
- **المقاعد:** المقاعد الخارجية للحديقة سيكون لها تصميم بسيط وكلاسيكي مصنوعة من خشب الأوكاليبتوس وهو نوع صديق للبيئة، المقعد متين وقوي، مقوم بشكل طبيعي للطقس، يتحمل الرطوبة، الأشعة فوق البنفسجية، العفن والتحلل؛
- **النافورات:** ستكون موزعة في أرجاء القرية وبمواصفات وأحجام مختلفة، مكونة أساسا من الرخام، الخشب والأحجار الصغيرة؛

- **الإضاءة:** ستتوفر قرية الصخر الأحمر على مجموعة كبيرة من وسائل الإضاءة الخارجية بمختلف الأحجام والأشكال والأنواع فمنها الكبيرة والصغيرة، المرتفعة والمنحدرة.... والتي ستمنح القرية طابعا جماليا خاصة بالليل؛

- **صناديق القمامة:** ستوزع في جميع أرجاء القرية وستكزن هي الأخرى مكونة من الخشب؛
- **موقف السيارات:** ستحتوي القرية على موقف للسيارات بطاقة استيعاب تقدر ب40 سيارة؛



- **العربات الهوائية (téléphérique):** سنقوم بتقديم طلب للدولة من أجل تدعيم مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية بالعربات الهوائية لتسهيل عملية الوصول إليها بالإضافة لأنها ستمنح طابع ممتع

وجميل لمرحلة التنقل من أسفل الجبل وصولا للقرية، تقدر طاقة استيعابها ب16 مقعد؛

- **مساحات مخصصة للأطفال:** ستخصص مساحة من القرية لتوفير مجموعة من ألعاب التسلية والترفيه والتي ستكون مخصصة لمختلف الفئات العمرية (ألعاب مخصصة للصغار وأخرى مخصصة للكبار).

- ب. **التصميم الداخلي لقرية الصخر الأحمر السياحية:** ستعمل القرية على تقديم جملة من الخدمات السياحية التي يمكننا تقسيمها لجزئين هما:

- **خدمات أساسية:**

- **خدمات الإيواء:** تسعى القرية إلى توفير خدمة الإيواء عن طريق توفير نوعين من المرافق هما:

➤ **الشاليهات (الأكواخ الخشبية):** حيث تعتبر السمة الرئيسية لأي شاليه هو التصميم الداخلي الخشبي للأرضيات والجران والسقف فجميعها ستكون مغطاة بالخشب ستكون مجهزة بديكورات تقليدية تلبية لرغبة السياح (حسب نتائج الاستبيان) وهو الشكل الباعث للراحة والاسترخاء بداخلها، كما توفر إطلالات جبلية جميلة تمثل بيئة مثالية لقضاء أيام العطل فيها. تكون الأكواخ مجهزة بسرير (العدد حسب نوع الكوخ)، خزانة، حمام، مكيف، مدفئة (تكون عبارة عن موقد حجري)، تلفاز، شبكة الانترنت Wifi....الخ. وستنقسم الأكواخ حسب عدد الأسرة بها إلى:

- كوخ بسرير واحد؛
- كوخ بسرير لشخصين؛
- كوخ بأربع (4) أسرة؛
- كوخ بست (6) أسرة؛

➤ **الخيام:** تكمن فكرتها الأساسية في توفير جو للسياح مشابه تماما للتخييم في الطبيعة لكن في ظروف أكثر أمن وراحة ستكون مجهزة إما بسرير أو مفروشات أرضية (حسب رغبة الزبون)، حمام، خزانة صغيرة، تلفاز، شبكة انترنت WIFI.... الخ. وستنقسم هي الأخرى حسب عدد الأسرة إلى:

- خيم فردية؛
- خيم ثنائية؛

- **مطعم:** سيصمم المطعم بنوافذ زجاجية ضخمة تتيح للسائح فرصة الاستمتاع بالمناظر الطبيعية أثناء تناوله لوجباته، ويعمل على تقديم جميع الوجبات خلال اليوم والتي تكون متنوعة بين مأكولات تقليدية وعصرية، كما سنعتمد في تقديم الطعام على نظام الأكل المفتوح أو كما يعرف بـ Buffet.
- **المحل التجاري:** سيتوفر المحل على أهم المستلزمات الضرورية التي من الممكن أن يحتاج إليها السائح خلال إقامته بالقرية السياحية.
- **قاعة الرياضة:** أما بالنسبة للقاعة فستتوفر على جميع المعدات اللازمة لتوفير الجو الملائم لممارسة مختلف أنواع الرياضة.
- **مكتبة:** فضلنا أن تكون عبارة عن رفوف تحمل كتب باللغة العربية والانجليزية ليسهل على القارئ انتقاء الكتاب المناسب له ثم يتوجه للمقاعد المنفرقة في القرية ويمارس هواية المطالعة في الطبيعة.
- **مصلى:** يكون المصلى مجهز من أجل إقامة الصلاة وتلاوة القرآن.

- **خدمات تكميلية:** تشمل الخدمات التكميلية على ما يلي:

- خدمات لذوي الاحتياجات الخاصة: توفر قرية الصخر الأحمر تسهيلات لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال تجهيز ممرات خاصة للكراسي المتحركة لتسهيل عملية تنقلهم داخل القرية.
- العربات الهوائية (téléphérique): ستزود القرية بعربتين هوائيتين لتوفير خدمة النقل من أسفل الجبل إلى قرية الصخر الأحمر السياحية، كما ستمنح للزائر فرصة التمتع بجمال الطبيعة من خلال العبور بين الأشجار داخل الطبيعة.
- مغارة أثرية: سيتم تجهيز المغارة بمجموعة من الصور، الرسومات والأشكال التي تحكي تاريخ المنطقة وأهم الأحداث التي مرت بها.
- تسلق الجبال وخرجات الصيد: ستقوم قرية الصخر الأحمر بتنظيم خرجات دورية رفقة طاقم خاص للقيام برحلات تسلق للجبل الصخري الواقع فوق القرية السياحية مباشرة، هذا بالإضافة لتنظيم خرجات الصيد في المناطق المجاورة لها.

5. تقدير احتياجات قرية الصخر الأحمر السياحية من القوى العاملة:

ستوفر قرية الصخر الأحمر السياحية مجموعة مناصب شغل والموضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (09): تقدير احتياجات قرية الصخر الأحمر من القوى العاملة

الوظيفة	العدد	وصف الوظيفة
1. مدير عام	1	- التخطيط والتنظيم والتنسيق ومراقبة كل ما يتعلق بالإدارة الداخلية للقرية؛ - وضع وتنفيذ الخطط التسويقية وتحقيق المبيعات المستهدفة؛ - الإشراف الفني والإداري على الموظفين ورفع كفاءاتهم؛ - مراعاة تطبيق تعليمات السلامة والصحة المهنية؛
2. نائب المدير	1	- إعطاء المهام والأوامر في حالة غياب المدير؛ - مساعدة المدير في اتخاذ القرارات المتعلقة بالقرية؛
3. السكرتارية	1	- تنظيم عمليات الدخول والخروج لمكتب المدير؛ - إرسال وتلقي البريد والطرود وإعداد المراسلات؛
4. مدير التسويق	2	- وضع الأهداف التسويقية الخاصة بالقرية والسعي لتنفيذها وتحقيق الأرباح للقرية؛ - متابعة كافة الأنشطة التسويقية ومراقبتها؛ - السعي إلى الحصول على أفضل الفرص التسويقية للقرية؛
5. محاسب	2	- إثبات قيود العمليات المحاسبية وإعداد كشوف حسابات شهرية؛
6. أمين صندوق	1	- المحافظة على الأموال وتوريدها إلى البنك المعتمد؛
7. موظف الاستقبال	2	- استقبال الزبائن وتسجيل بياناتهم في سجل الإقامة؛ - توجيه الزبائن إلى الأقسام المختلفة في القرية حسب حاجاتهم؛ - إعداد الفواتير للزبائن ومحاسبتهم عند الخروج؛

8. موظف أمن	5	- حراسة موقع القرية؛ - العمل على توفير الأمن والسلامة الزوار؛
9. عامل النظافة	10	- الحفاظ على نظافة الغرف وتجهيزها حسب المعايير المعتمدة؛ - الإبلاغ عن أي أعطال في القرية؛ - المحافظة على نظافة المرافق العامة والساحات في القرية؛
10. عامل الصيانة	2	- القيام بإصلاح أي عطب داخل القرية
11. الشف الرئيسي	1	- إدارة عمل جداول العاملين بالمطبخ وتوزيع الأعمال عليهم؛ - المشاركة في تصميم قوائم الطعام وكتابة أمر التوريد الخاص بالمواد الغذائية الطازجة بما يتماشى مع القائمة المطبقة؛ - التأكد من مراعاة الطباخين لطرق الطهي؛
12. مساعد الشف	4	- مساعدة الشف الرئيسي في إعداد الوجبات؛ - تطبيق قواعد السلامة والصحة والجودة المعتمدة؛
13. نادل	4	- استقبال الزبائن في المطعم وتوجيههم للجلوس في المكان المناسب؛ - الإلمام الكامل بقائمة الطعام للرد على استفسارات للضيوف؛ - استلام طلبات الزبائن وتسليمها للمطبخ؛ - الإبلاغ الفوري عن أي عطل أو كسر في المعدات؛
14. مدير المشتريات	2	- توفير المستلزمات الضرورية من مواد و سلع لازمة للقرية؛ - تولي المسؤولية عن موجودات المستودع؛ - التأكد من قدرات الموردين على الوفاء بمتطلبات الشراء؛
15. مزارع	2	- الاهتمام بكل المزروعات المتواجدة على مستوى القرية؛
16. مرشد سياحي	3	- الخروج في رحلات استكشافية رفقة السياح وشرح أهم المعلومات التاريخية والثقافية عن المنطقة؛
المجموع	43	

المصدر: من إعداد الطلبة.

6. الإيرادات المتوقعة لقرية الصخر الأحمر السياحية:

بالاعتماد على نتائج الاستبيان السابقة نجد أن اغلب زوار ولاية جيجل هم من أصحاب الدخل المتوسطة والمرتفعة، كما أن نسبة إنفاقهم عند قيامهم بالرحلات السياحية كانت مرتفعة بالإضافة لذلك فإن نسبة كبيرة من أفراد العينة أبدوا رغبتهم الشديدة في زيارة القرية، أي أنه من المتوقع أن يكون الطلب على خدمات قرية الصخر الأحمر كبير و متزايد، ولكي نحدد أسعار الخدمات المقدمة من طرف القرية اعتمدنا على الأسعار السائدة في الأسواق فبعد إطلاعنا على أسعار مجموعة من الفنادق المتواجدة في ولاية جيجل وبعض القرى السياحية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن من خلال موقع "Booking" ارتأينا أن تكون الأسعار كما يلي:

➤ **سعر الليلة الواحدة في الشاليهات:** تختلف أسعار الخدمات السياحية عادة من فصل لآخر فأسعار الصيف مثلا لا تتشابه مع أسعار الشتاء والخريف، ومنه فإن الأسعار تتراوح ما بين 5000_12000 لليلة الواحدة وتكون موزعة كما يلي:

- كوخ بسرير واحد: 5000 دج؛
- كوخ بسرير لشخصين: 7000 دج؛
- كوخ بأربع (4) أسرة: 10000 دج؛
- كوخ بست (6) أسرة: 12000 دج؛

➤ **سعر الليلة الواحدة في الخيام:** الخيام ستكون متواجدة فقط في فصلي الربيع والصيف ومنه فإن أسعارها ستتراوح ما بين 3500_6500 لليلة الواحدة موزعة كما يلي:

- خيمة لشخص واحد: 3500 دج؛
- خيمة لشخصين: 6500 دج؛

➤ **سعر الوجبة الواحدة في المطعم:** تدخل وجبة الإفطار مع تكلفة كراء الغرف (مجانبة وجبة الإفطار) بينما تختلف أسعار وجبتي الغداء والعشاء من وجبة لأخرى حيث تتراوح ما بين 1000 دج كأضعف حد للوجبة و 5000 دج كأقصى حد للوجبة الواحدة.

توفر القرية خدمة الإيواء لزوارها من خلال مجموعة شاليهات بطاقة استيعاب تقدر ب: 75 سرير ومجموعة خيام بطاقة استيعاب 15 سرير، بالإضافة لتقديم خدمات الإطعام من خلال توفير 25 طاولة ب100 مقعد، كما ستحتوي على مكتبة، مصلى، محل تجاري وقاعة رياضة. ويمكننا تقدير الإيرادات المتوقعة للقرية من خلال الأسعار المحددة سابقا وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (10): تقدير الإيرادات المتوقعة للسنة الأولى لقرية الصخر الأحمر السياحية

البيان	الطاقة الإنتاجية	عدد أيام السنة	متوسط معدل الإنتاج المتوقع	طاقة الإنتاج	سعر البيع	متوسط الليلي /الأشخاص المتوقع	عدد	رقم الأعمال
الشاليهات	25 كوخ	360	60%	10 أكواخ	8500	10 أيام		30600000
الخيام	10 خيام	6 أشهر	50%	6 خيام	5000	5 أيام		4500000
المطعم	25 طاولة	360	60%	15 طاولة	2000	مرتين في اليوم / طاولة		21600000
محل تجاري	/	/	/	/	/	/		9180000

8080000	/	/	/	/	/	/	قاعة الرياضة	
2700000	/	/	/	/	/	/	رحلات التخييم	
3500000	/	/	/	/	/	/	الألعاب	
80160000							/	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المقابلة مع المهندس المعماري. (الوحدة دج)

تحديد الطلب المتوقع على خدمات قرية الصخر الأحمر السياحية يكون بالاعتماد على مستوى إنتاجية قرية سياحية مشابهة لها، ولي نقوم بتقدير إيرادات قرية الصخر الأحمر السياحية خلال عمرها الاقتصادي أخذنا بعين الاعتبار الأمور التالية:

- لاحظنا من نتائج الاستبيان أن نسبة (80.5%) من أفراد العينة كان احتمال مجيئهم للقرية كبير جدا ومنه فإننا نتوقع أن الطلب على خدمات القرية سيكون كبير وفي تزايد مستمر.
- دورة حياة قرية الصخر الأحمر السياحية تتمثل في العمر الاقتصادي لها من خلال الفترة الممتدة من مرحلة النمو وصولا لمرحلة النضج حيث تمتاز هذه الفترة بتزايد معدل الإيرادات إلى غاية اقترابها من مرحلة النضج والتي تعبر عن التشغيل الكامل للقرية فتصبح الإيرادات تتزايد لكن بمعدل متناقص. إذن وبافتراض أن إيرادات قرية الصخر الأحمر السياحية تزداد ابتداء من السنة الثانية بمعدل متزايد إلى غاية السنة الخامسة (5سنوات) لتصبح تتزايد بمعدل متناقص إلى غاية السنة العاشرة (10سنوات)، فإن تقدير الإيرادات المتوقعة للقرية خلال عمرها الاقتصادي موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (11): الإيرادات المتوقعة لقرية الصخر الأحمر خلال عمرها الاقتصادي

السنة	الإيرادات السنوية (دج)	السنة	الإيرادات السنوية (دج)
الأولى	80 160 000,00	السادسة	124 456 116,24
الثانية	87 322 200,00	السابعة	135 740 450,19
الثالثة	94 548 264,00	الثامنة	149 338 304,22
الرابعة	104 256 055,68	التاسعة	164 216 900,72
الخامسة	114 777 782,36	العاشرة	180 529 928,81

المصدر: من إعداد الطلبة. (الوحدة دج).

7. الإستهلاكات الرئيسية لقرية الصخر الأحمر السياحية: من بين أهم ما تحتاجه القرية نجد ما يلي:

- الكهرباء، الماء والغاز؛
- المواد الغذائية بجميع أنواعها كالمنتجات الزراعية والحيوانية؛

▪ مواد ومنتجات للاعتناء بالنباتات والغطاء الأخضر بالقرية ومواد التنظيف؛

8. تقدير تكاليف قرية الصخر الأحمر السياحية:

أ. تقدير التكاليف الاستثمارية لقرية الصخر الأحمر¹: تشمل التكاليف الاستثمارية على كافة المبالغ التي يتم إنفاقها منذ بداية فكرة القرية السياحية إلى غاية بداية تشغيلها، وتتمثل التكاليف الاستثمارية لقرية الصخر الأحمر فيما يلي:

الجدول رقم (12): تقدير التكاليف الاستثمارية لقرية الصخر الأحمر السياحية

المنتجات	التكلفة
تكلفة الأكواخ	بعد تحديدها لعدد ونوع الأكواخ المخصصة لتصميم القرية قمنا بعرضها على مهندس معماري فكان تقديره لتكلفة الكوخ الواحد: 1000000.00 دج، أي أن تكلفة 25 كوخ ستبلغ: 25000000.00 دج.
تكلفة الخيام	تبلغ تكلفة الخيمة الواحدة 15000.00 دج ومنه ستكون تكلفة إقامة 10 خيام ستبلغ 1500000.00 دج.
المطعم	تبلغ تكلفة إنشاء مطعم بمساحة 200 م ² 12000000.00 دج.
المحل التجاري	تبلغ تكلفة تجهيز محل تجاري بمساحة 600 م ² 2500000.00 دج.
مكتبة	تبلغ تكلفة إنشاء المكتبة 4738000.00 دج.
مصلى	تبلغ تكلفة إنشاء مصلى بمساحة 70 م ² يكفي لـ 50 شخص: 1500000.00 دج.
قاعة الرياضة	تبلغ تكلفة إقامة قاعة الرياضة وتجهيزها: 2000000.00 دج.
الطريق الحجري	تبلغ تكلفة تجهيز الطرق الحجرية التي ستكون موزعة في أرجاء القرية: 3000000.00 دج.
المقاعد الخشبية	تبلغ تكلفة توفير 35 مقعد موزعة في أرجاء القرية 1050000.00 دج.
النافورات	تبلغ تكلفة إنجاز 4 نافورات متفاوتة الأحجام داخل القرية 2000000.00 دج.
الألعاب	تبلغ تكلفة تجهيز المساحة المخصصة لألعاب الأطفال: 2000000.00 دج.
التهيئة الخارجية	تبلغ تكلفة تهيئة المساحات الخضراء المحيطة بمرافق القرية: 12000000.00 دج.
السياج الخارجي	تبلغ تكلفة إنشاء السياج المحيط بالقرية السياحية من كامل جهاتها: 2500000.00 دج.
الإدارة	تكلفة إنشاء المقر المخصص لإدارة القرية والذي سيكون على مساحة قدرتها ب: 150 م ² تبلغ: 5000000.00 دج.
رأس المال العامل	تبلغ قيمة رأس المال العامل للقرية 2262000.00 دج.
المجموع	187050000.00 دج

¹مقابلة مع السيد زغوان محمد، مهندس معماري بمكتب هندسي وخدمي، تقدير التكاليف الاستثمارية لقرية الصخر الأحمر السياحية، ولاية جيجل، 14:00، 2021/06/03

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المقابلة مع المهندس المعماري.

ب. تقدير التكاليف التشغيلية لقرية الصخر الأحمر للسنة الأولى:

سنعتمد على مجموعة من النسب في تقدير التكاليف التشغيلية لقرية الصخر الأحمر ذلك انطلاقا من رقم الأعمال المتوقع في السنة الأولى والمقدر ب: 80160000.00دج، ونتائج تقدير التكاليف التشغيلية للقرية موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): التكاليف التشغيلية للسنة الأولى لقرية الصخر الأحمر السياحية

البيان	النسبة x رقم الأعمال	التكاليف التشغيلية للقرية السياحية
مصاريف تشغيلية أساسية	7.5% x 80160000.00	6012000.00
رواتب الموظفين	23% x 80160000.00	18436800.00
استهلاكات	10.5% x 80160000.00	8416800.00
الصيانة	1.2% x 80160000.00	961920.00
مصاريف النقل	1.6% x 80160000.00	1282560.00
مصاريف التسويق	5% x 80160000.00	4008000.00
أقساط التأمين	0.9% x 80160000.00	721440.00
المجموع	/	36232320.00

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المقابلة مع المهندس المعماري.

دج).

رابعا: دراسة الجدوى المالية

سيتم من خلال دراسة الجدوى المالية التعرف على الهيكل التمويلي للقرية بالإضافة لدراسة الجدوى المالية للقرية السياحية من خلال مجموعة مؤشرات.

1. الهيكل التمويلي لقرية الصخر الأحمر السياحية:

سيتم تمويل مشروع قرية الصخر الأحمر السياحة من خلال تقسيم رأس المال ل (80.193%) قرض بنكي طويل الأجل بالإضافة ل(19.807%) أموال خاصة وذلك حسب ما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (14): الهيكل التمويلي لقرية الصخر الأحمر السياحية

المصدر	نسبة المساهمة %	المبلغ
الأموال الخاصة	19.807 %	37050000
القرض البنكي	80.193 %	150000000
المجموع	100%	187050000

المصدر: من إعداد الطلبة.

(الوحدة دج).

سيتم الحصول على القرض البنكي من البنك الوطني الجزائري فرع جيجل بقيمة 150000000.00 دج وهو قرض متوسط الأجل، تاريخ استحقاقه بعد 8 سنوات بسعر فائدة %5.25 .

تتم عملية تسديد المبلغ الأصلي للقرض مضاف إليها الفوائد المستحقة ابتداء من العام الثالث، عن طريق دفع قسط ثابت كل ثلاث أشهر من كل سنة وتبلغ قيمته: 6000000.00 دج أو دفعه خلال كل نهاية سنة وتبلغ قيمته حينها: 24000000.00 دج¹.

(للإطلاع على جدول تفصيل إهلاك القرض أنظر الملحق رقم (03)).

2. التكلفة المتوسطة المرجحة لمصادر تمويل قرية الصخر الأحمر السياحية:

يبين الجدول التالي طريقة حساب التكلفة المرجحة بإضافة عمودين للجدول الذي يبين الهيكل التمويلي لقرية الصخر الأحمر السياحية.

الجدول رقم (15): التكلفة المتوسطة المرجحة لمصادر تمويل قرية الصخر الأحمر السياحية

قيمة المساهمة	الأهمية النسبية للمصدر %	تكلفة المصدر %	التكلفة المرجحة %
37050000	19.807	5.25	$5.25\% \times 19.807 = 1.0398675$
150000000	80.193	5.25	$5.25\% \times 80.193 = 4.2101325$
187050000	100	/	$1.0398675 + 4.2101225 = 5.25$

المصدر: من إعداد الطلبة. (الوحدة دج).

ينبغي علينا الإشارة إلى أن تكلفة الأموال الخاصة هي نفسها تكلفة الأسهم العادية ونظرا لعدم توفر كل المعطيات المتعلقة بالأسهم تم إعطاؤها %5.25 كتكلفة والتي تعبر عن الحد الأدنى من العائد الذي يجب تحقيقه من استثمار الأموال المتاحة.

وبعد حساب الأهمية النسبية لكل من المصدرين وحساب التكلفة المرجحة نصل إلى أن التكلفة المرجحة تبلغ %5.25 حيث يمكن قبول المشروع إذا كان يحقق عائدا أعلى من %5.25.

3. إعداد جدول التدفقات النقدية لقرية الصخر الأحمر السياحية:

تم إجراء التحليل المالي للمشروع لمدة 10 سنوات مع إمكانية امتداد العمر التشغيلي و استمرار المشروع ل20 سنة قابلة للتجديد ثلاث مرات (80 سنة) وذلك بالاعتماد على الأسس و الفرضيات التالية:

تم افتراض أن التكاليف التشغيلية تزداد بمعدل سنوي يتناسب مع معدل الزيادة في رقم الأعمال

¹ مقابلة مع السيدة حدوش مروة، محطلة أبحاث المستوى الثاني للبنك الوطني الجزائري، تحديد معلومات حول القرض البنكي، ولاية جيجل، يوم 10:30، 2021/06/12.

و الإهلاكات حسبت وفق طريقة القسط الثابت؛

المشروع معفى من الضريبة على الأرباح خلال 10 سنوات ابتداء من تاريخ بداية النشاط ؛

تتمثل التدفقات النقدية الداخلة في رقم الأعمال المتوقع لقرية الصخر الأحمر السياحية أما التدفقات النقدية الخارجة فتشمل على مختلف النفقات التي تتحملها القرية السياحية خلال الدورات التشغيلية عدا أقساط و فوائد القرض و الإهلاكات و صافي التدفقات النقدية للقرية خلال عمرها الاقتصادي موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (16): صافي التدفقات النقدية لقرية الصخر الأحمر خلال عمرها الاقتصادي

البيان	السنة الأولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	السنة الرابعة	السنة الخامسة
صافي التدفق النقدي	43927680,00	50368440,00	56786491,20	65589308,54	75097463,97
البيان	السنة السادسة	السنة السابعة	السنة الثامنة	السنة التاسعة	السنة العاشرة
صافي التدفق النقدي	83640598,05	93653508,21	105827367,60	119111090,11	133637859,32

المصدر: من إعداد الطلبة.

(الوحدة دج).

(للاطلاع على تفاصيل حساب صافي التدفقات النقدية انظر الملحق رقم (04)).

4. التقييم المالي لقرية الصخر الأحمر السياحية:

سننظر في هذه الدراسة للطرق التي يمكن الاعتماد عليها في تبرير قبول المشروع أو رفضه و ذلك من خلال مقارنة رأس المال المستثمر و مجموع التدفقات النقدية الصافية المستقبلية التي يمكن ان تولدها القرية.

أ. صافي القيمة الحالية **van** :

يحسب حسب العلاقة التالية:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{CI_t}{(1+r)^t} - I_0 \dots\dots\dots \text{العلاقة رقم (1)}$$

I_0 : تكلفة الاستثمار الابتدائي = **187050000.00 دج** ، (أنظر الجدول رقم (13))

CI_t : التدفق النقدي الصافي الخاص بسنوات العمر الاقتصادي للمشروع؛

للاطلاع على التدفقات النقدية الصافية خلال العمر الاقتصادي للمشروع أنظر جدول رقم (11).

مجموع القيمة الحالية للتدفقات النقدية الصافية = **603477659,24 دج** : $\sum_{t=0}^n \frac{CI_t}{(1+r)^t}$

(تم عملية حسابها بالاستعانة بالجدول الموضح في الملحق رقم (05))؛

r: معدل الخصم = 5.25%.

وبالتطبيق العددي في العلاقة رقم (1) نجد:

$$van = 603477659.24 - 187050000 = 416427659.2$$

بما أن قيمة $VAN > 0$ أي أننا ننصح بقبول المشروع لأنه سيغطي التكاليف ويحقق عائد لصاحب المشروع.

ب. مؤشر الربحية (IP) :

يتم حساب مؤشر الربحية بقسمة القيمة الحالية لجميع التدفقات النقدية الصافية المستقبلية على تكلفة

الاستثمار الابتدائي بالتطبيق العددي في العلاقة نجد:

القيمة الحالية لجميع التدفقات النقدية الصافية

مؤشر الربحية =

تكلفة الاستثمار الابتدائي

$$IP = \frac{603477659.24}{187050000} = 3.2$$

مؤشر الربحية يزيد عن الواحد الصحيح و بالتالي المشروع مريح و يتعين قبوله.

ج. فترة الاسترداد (α):

بالتعويض العددي في العلاقة التالية:

$$\alpha = a + \frac{I_0 - V_a}{VQ_{a+1}} \text{ العلاقة رقم (3)}$$

حيث a :سنة الاسترداد= 8 سنوات.

: تكلفة الاستثمار الابتدائي = 187050000.00 دج;

: القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتراكمة في سنة الاسترداد = 449592145,20 دج;

(للإطلاع على جدول القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتراكمة أنظر الملحق رقم (06))

: القيمة الحالية للتدفق النقدي للسنة الموالية لسنة الاسترداد = 524746345,64 دج.

بالتطبيق العددي في العلاقة رقم (3) نجد :

$$\alpha = 8 + \frac{187050000 - 449592145.20}{524746345.64} = 7.5 \text{ سنوات}$$

فترة الاسترداد هي 7 سنوات ونصف.

خامسا: دراسة الجدوى الاجتماعية

بعد الانتهاء من إعداد الدراسة الفنية والمالية لقرية الصخر الأحمر السياحية والتي يمكننا اعتبار مخرجاتها بمثابة مدخلات أساسية لمرحلة التحليل الربحية الاجتماعية، فيتم في هذه المرحلة تطبيق مجموعة من المؤشرات والمعايير بهدف الوصول لنتائج تثبت جدوى المشروع تجاريا ومنه اتخاذ القرار المناسب بشأن قبول تنفيذ المشروع من عدمه، حيث تركز الجدوى الاجتماعية على دراسة وتحديد القيم التي سيضيفها مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية للمجتمع، حسب المعايير التالية :

1. معايير مدى مساهمة مشروع قرية الصخر الأحمر في خلق فرص العمل:

سيساعد هذا المشروع من توظيف عدد مهم من اليد العاملة، أي حجم فرص العمل التي يخلقها المشروع والتي تسهم في تحقيق أهداف التنمية المجتمعية، حيث يتوقع أن يؤدي تنفيذ المشروع إلى خلق فرص عمل مباشرة داخل المشروع نفسه، وفرص عمل غير مباشرة داخل المشاريع الأخرى المكملة أو المرتبطة بالمشروع المقترح، ومن خلال دراستنا لهذا المشروع نلاحظ تحقيقه لعدد من الأهداف، فعلى مستوى الريح الاقتصادي. فهذا المشروع يوفر 43 فرصة عمل دائمة فضلا عن فرص عمل موسمية.

2. معيار مدى مساهمة مشروع قرية الصخر الأحمر في تنمية المعرفة الفنية وتطوير ثقافة وسلوك المجتمع:

يرمي مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية إلى تبيان أهمية تطوير مختلف المهارات لدى العمال من خلال تشجيعهم والعمل على تنسيق و تنظيم دورات تدريبية للعمل على تجديد المعارف الفنية للمشروع، بالإضافة إلى أن المشروع يساهم في تطوير ثقافة أفراد المجتمع من خلال فتح المجال أمامهم للاختلاط مع السياح القادمين من مختلف أرجاء الوطن، وبالتالي تعتبر فرصة مناسبة لتبادل الثقافات والعادات والتقاليد بين بعضهم البعض.

المطلب الثالث: تنفيذ مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية

تمر عملية تنفيذ مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية بالمراحل التالية:

الفرع الأول: مراحل تجسيد مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية¹:

تمر الإجراءات الإدارية لتنفيذ قرية سياحية فيما يلي:

¹ مقابلة مع السيد فؤاد شتوان، مهندس معماري بمديرية السياحة والصناعات التقليدية، تحديد مراحل تجسيد مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية، ولاية جيجل، يوم 2021/06/24، 10:30.

إيداع ملف المصادقة على مخططات المشروع السياحي من طرف اللجنة الوزارية المختصة طبقا للمادة 46 من القانون 99-01 الذي يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية >> يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي قبل تسليمه رخصة بناء أو تعديل أو تهيئة أو تهديم مؤسسة فندقية من طرف السلطات المعنية الحصول على المصادقة على مخططات المشروع من طرف مصالح الوزارة المكلفة بالسياحة >>¹.

(للإطلاع على المرسوم أنظر الملحق رقم (07))

وحسب المرسوم التنفيذي رقم 19-158 الموافق لـ 2019/04/30 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط و كفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرتها.

بعد إيداع ملف المصادقة على مخططات المشروع والمصادقة عليه من اللجنة المختصة يتم إنشاء ملف طلب رخصة البناء على مستوى بلدية موقع المشروع، ليتم تحويل الملف للشباك لوحد بالولاية المكلف بمعالجة ومنح عقود التعمير والممثل بالمديرية الولائية للبناء والتعمير للهندسة المعمارية شريطة أن تكون مخططات رخصة البناء مطابقة للمخططات المصادق عليها من طرف اللجنة المختصة

بعد إتمام الأشغال يقدم المستثمر ملف الحصول على شهادة المطابقة للمشروع لدى رئيس المجلس الشعبي للبلدية المقام بها المشروع،

حيث يتم معالجة رخصة البناء وكذا شهادة المطابقة في إطار المرسوم التنفيذي رقم 15-19 المؤرخ في 25/01/2015 الذي يحدد تحضير عقود التعمير و تسليمها.

(للإطلاع على المرسوم أنظر الملحق رقم (08))

بعد حصول مشروع قرية السياحة على شهادة المطابقة يقدم المستثمر ملف طلب دخول المشروع حيز الاستغلال لدى مديرية السياحة والصناعات التقليدية.

الفرع الثاني: شروط وكفاءات استغلال القرى السياحية²:

بعد استكمال ملف مخططات تجسيد المشروع يتم تجهيز الملف الذي يسلمه لمديرية السياحة والصناعات التقليدية هذا حسب المرسوم التنفيذي رقم 19/158 المؤرخ في 2019/04/30 حيث تنص المادة 10 منه على >> يودع المترشح لاستغلال المؤسسة الفندقية طلبا لدى مصالح المديرية الولائية المكلفة بالسياحة مقابل وصل استلام مرفقا بملف الحصول على رخصة الاستغلال والتصنيف واعتماد المسير >>³

حيث تم إجراء تغييرات صغيرة على هذا القانون بإضافة مخطط الأمن لمجموع الوثائق المطلوبة حيث يقوم المستثمر بدفع 6 نسخ منه لدى مديرية السياحة ثم تحول هذه النسخ لمندوبية الأمن، لتقوم هذه الأخيرة

¹ القانون رقم 99-01 المؤرخ في 06/01/1999، الذي يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 06/01/1999، العدد 02، ص7.

² مقابلة مع السيدة جمعي نوال، رئيسة مهمة بمديرية السياحة والصناعات التقليدية، تحديد شروط وكفاءات استغلال القرى السياحية، ولاية جيجل، يوم 24/06/2021، 11:30.

³ المرسوم التنفيذي رقم 19_158 المؤرخ في 2019/04/30، الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط وكفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرتها، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 2019/04/30، العدد 33، ص6.

بإرسال لجنة علمية مختصة للقرية السياحية من أجل معاينة أهم المعايير الأمنية بها، وبعد المصادقة على مخطط الأمن يحول مرة أخرى لمديرية السياحة.

حيث تبين المادة 10 من نفس القانون 19-158 الوثائق اللازمة لتجهيز ملف الحصول على رخصة الاستغلال والتصنيف واعتماد المسير

(للإطلاع على هذه الوثائق أنظر الملحق رقم(09))

بعد تجهيز كل وثائق الملف لدى مديرية السياحة والصناعات التقليدية تقوم بزيارة ميدانية من طرف مجموعة من مفتشي السياحة للقيام بمعاينة المشروع ويتم إنشاء محضر يؤكد مطابقة المشروع لجميع المعايير المطلوبة.

1. استغلال القرية السياحية: بعد تجهيز رخصة الاستغلال من طرف مديرية السياحة و حسب المادة 12 من نفس القانون 19-158 ترسل هذه الرخصة لوالي الولاية من أجل إمضاءها، وبعد إمضاء الوالي ترسل الرخصة مرة أخرى لمديرية السياحة والصناعات التقليدية وتسلم لصاحب المشروع من أجل أن يقوم بفتح سجله التجاري ليتمكن مباشرة من الانطلاق في استغلال قريته السياحية.

2. مراقبة المؤسسات الفندقية: بعد بداية استغلال القرية السياحية تصبح داخلية في الحظيرة الفندقية للولاية حيث يصبح يمثل للرقابة من طرف مديرية السياحة ويصبح مطالب بتسليم جميع البيانات المطلوبة من إحصائيات أو معلومات حول السياح وغيرها.

المدة الزمنية اللازمة لإتمام إنجاز قرية الصخر الأحمر مبينة في الجدول التالي:

الشكل رقم (17): مخطط تجهيز قرية الصخر الأحمر السياحية

المرحلة	السنة الأولى (بالأشهر)	السنة الثانية (بالأشهر)
الدراسات وتسجيل المشروع	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	
الموافقة المبدئية	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	
البناء والتعمير	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	
التجهيز والتأثيث	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	
التشغيل التجريبي	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	

المصدر: من إعداد الطلبة.

نلاحظ من خلال الشكل رقم (17) أن المدة الزمنية المقدرة لتجهيز قرية الصخر الأحمر السياحية بلغت السنتين (24 شهرا)، فقد بلغت مدة دراسات المشروع وتسجيله (3) أشهر تم بينما بلغت فترة الموافقة المبدئية

عليه (2) شهرين أما أطول مدة فقد كانت فترة البناء والتعمير والتي بلغت (12) شهرا حيث سيتم فيها بناء كل الهياكل المتوفرة بالقرية ثم تأتي مرحلة التجهيز والتأثيث ب(3) أشهر وفي الأخير مرحلة التشغيل التجريبي والتي قدرت ب(5) أشهر.

الفرع الثالث: تخطيط عناصر المزيج التسويقي لقرية الصخر الأحمر السياحية:

1. السياسة الترويجية لقرية الصخر الأحمر السياحية:

ستعمل قرية الصخر الأحمر على استهداف أكبر شريحة ممكنة من السياح من خلال ترويج خدماتها عن طريق العديد من الوسائل والاستراتيجيات كالإعلان عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي أو التلغاز بالإضافة لاعتماد إستراتيجية تنشيط المبيعات كالتخفيضات وإقامة عروض في العطل والمناسبات.

2. سياسة توزيع قرية الصخر الأحمر السياحية:

ستعتمد قرية الصخر الأحمر في توزيع خدماتها على:

- الهاتف: ستوفر القرية خدمة الحجز عن طريق الاتصال بالهاتف لتسهيل عملية الحجز بالإضافة إلى أن أغلب أفراد العينة التي تمت الدراسة معهم قد فضلوا الاعتماد على الهاتف في حجزهم للفنادق.
- البريد الإلكتروني (E-mail): تم وضع البريد assakher-el-ahmer18@gmail.com لتسهيل عملية حجز خدمات القرية.
- الموقع الإلكتروني: www.assakher-el-ahmer18.dz سيتيح للسياح خدمة الحجز عبره.
- الوكالات السياحية: ستتعاقد القرية السياحية مع مجموعة من الوكالات السياحية من أجل توزيعها على أكبر قدر ممكن من السياح.

خلاصة الفصل:

تتمتع ولاية جيجل بمقومات طبيعية، وإرث حضاري وثقافي، ما أهلها أن تكون قطب سياحي وقبلة للزوار، إذ تتوفر على شلالات و وديان وغابات وجبال ذات قيمة سياحية عالية، إلا أن مقومات الجذب السياحي غير كافية لوحدها لاستمالة السياح واستقطابهم، بل يجب على السلطات المحلية استغلال هذه الفضاءات خاصة في المناطق الريفية، ذلك بنشر الوعي الثقافي للمجتمع والعمل على تطوير وإقامة منشآت ومشاريع سياحية لتنمية تلك المناطق وان توفر بذلك سياحة مستدامة.

ومن خلال استعراضنا لجدوى مشروع إقامة قرية "الصخر الأحمر" المستدامة بمنطقة سيدي معروف ودراسة كافة الجوانب البيئية، التسويقية، الفنية، المالية والاجتماعية المتعلقة بالمشروع، وذلك بهدف إبراز مدى مساهمة القرية في تشجيع السياحة الجبلية والتعريف بالمنطقة وثقافتها ونشر الوعي بين السياح بأهمية المحافظة على البيئة، توصلنا إلا أن فكرة مشروع إقامة قرية الصخر الأحمر المستدامة مجدية اقتصاديا، اجتماعيا وبيئيا بولاية جيجل.

الخاتمة

إن السياحة واحدة من أهم القطاعات التي تعتمد عليها جل الدول في تنمية اقتصادها الوطني، بل وأصبحت تلعب دورا كبيرا في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال بعث وتطوير منتجات سياحية جديدة تقوم على الاستغلال الأمثل للموارد المادية والبشرية والمعنوية لضمان تنمية اقتصادية متوازنة ومن أجل إشباع حاجات الوقت الحاضر مع حماية البيئة للأجيال القادمة أو ما يعرف بمفهوم السياحة المستدامة، وفي هذا الصدد تم تقديم لمحة موجزة عن المنتج السياحي المستدام ومراحل بعثه.

وانطلاقا من التساؤل الذي تم طرحه في مقدمة المذكرة ما هي المعايير الكفيلة بإنجاح بعث منتج سياحي وفق رؤية تنموية مستدامة بولاية جيجل؟ تبين أن بعث منتج سياحي مستدام يقوم على مجموعة من المراحل ابتداء بدراسة الجدوى البيئية، التسويقية التي تتمحور حول تحديد رغبات السياح والطلب المتوقع على منتجات القرية السياحية، بالإضافة لدراسة الجدوى الفنية التي تساعد في تحديد حجم اليد العاملة والتجهيزات اللازمة لإقامة القرية، أما دراسة الجدوى المالية تساعد على تحديد التكاليف اللازمة لإقامة المشروع بالإضافة للتقييم المالي له، وفي الأخير نجد دراسة الجدوى الاجتماعية التي تساهم في الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع المحلي للولاية.

أولا النتائج:

- بعد احتكاك الأطر النظرية للبحث بالواقع السياحي لولاية جيجل، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- يعتمد تسويق المنتجات السياحية على تصميم مزيج من الخدمات التي تتوافق مع حاجات ورغبات السياح بالشكل الذي يحقق رضاهم وبالتالي تنشيط القطاع السياحي الذي يلعب دوره في تفعيل النشاط الاقتصادي، وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى؛
 - المنتج السياحي المستدام يعد النواة لتنمية السياحة المستدامة، بعثها وتطويرها يحكمها مجموعة من المراحل المتسلسلة والمتكاملة، ونجاحها مرهون بصفة أساسية بدراسة الجدوى الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية؛
 - تتميز ولاية جيجل بعرض سياحي متميز إلا أن المرافق السياحية لا تزال محدودة وغير كافية لاستقطاب الطلب المتزايد والمستمر في عدد الوافدين للولاية، وبالتالي ضرورة فتح المجال للقطاع الخاص لبعث استثمارات سياحية ومنح امتيازات للمشاريع التي ستقام سوف يزيد من فرص نجاح بعث قرية سياحية مستدامة وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة؛
 - بناء على إجراءات دراسة الجدوى الاقتصادية تبين أن صافي القيمة الحالية للتدفقات النقدية لقرية الصخر الأحمر المستدامة موجبة، وهذا ما يعني أن المشروع يحقق أرباحا؛

- مؤشر الريحية لقرية الصخر الأحمر بلغ 3,2 وهو أكبر من الواحد (1)، أي أن مشروع قرية الصخر الأحمر المستدامة مريح؛
- بلغت فترة الاسترداد لقرية الصخر الأحمر المستدامة 7 سنوات ونصف؛
- تبين المؤشرات الاقتصادية المتحصل عليها أن قرية الصخر الأحمر المستدامة مجدية اقتصاديا؛
- نموذج قرية الصخر الأحمر المستدامة ذو تأثير سلبي محدود على البيئة يضمن حماية البيئة واستدامتها؛
- تصنيف قرية الصخر الأحمر المستدامة ضمن قائمة المشروعات البيضاء كون أثره وتأثيره ضئيل على البيئة، وبالتالي قرية الصخر الأحمر المستدامة مجديا بيئيا؛
- لا تتنافى قرية الصخر الأحمر المستدامة مع القوانين والتشريعات الحكومية والاستثمارية، أي أن قرية الصخر الأحمر مجدية من الناحية القانونية؛
- تحتوي قرية الصخر الأحمر المستدامة على خدمات أساسية (الإيواء، الإطعام...) وتكميلية (خدمات لذوي الاحتياجات الخاصة...). حيث تحتاج القرية ل43 فرد من القوى العاملة الدائمة بالإضافة لأخرى إضافية موسمية لتوفير هذه الخدمات، ومنه فهي مجديا فنيا؛
- تساهم قرية الصخر الأحمر المستدامة في تطوير ثقافة أفراد المجتمع من خلال تعرفهم على مختلف ثقافات وعادات وتقاليد السياح الوافدين؛
- تعمل قرية الصخر الأحمر المستدامة على تحقيق أهداف التنمية الاجتماعية، من خلال خلق فرص عمل و منه الزيادة في المردود الاجتماعي للمنطقة والمجتمع المحلي ككل، أي أن قرية الصخر الأحمر المستدامة مجديا اجتماعيا.

اقتراحات الدراسة:

- من خلال النتائج السابقة يمكن الوصول إلى مجموعة من الاقتراحات والتوصيات هي:
- تطوير وتنويع المنتجات السياحية من أجل استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح؛
- توعية المواطن الجبلي بصفة خاصة والمواطن الجزائري بشكل عام بالثقافة السياحية القائمة على حسن الضيافة وتقبل الآخر؛
- إشراك السكان المحليين في مشاريع التنمية السياحية والعمل على تعليمهم وتدريبهم للاستقبال السياح والحفاظ على البيئة؛
- تعميم وزيادة الأمن في المنطقة من أجل أن يطمئن السياح أكثر؛

- القيام بحملات ترويجية للتعريف بالمنطقة ومقوماتها وجماليتها وعاداتها وتقاليدها وكل ما تزخر به لدى السائح المحلي والأجنبي؛
- ضرورة تفعيل وتنشيط القطاع السياحي الجبلي وتحقيق تنمية السياحة الجبلية؛
- ضرورة دعم وتشجيع الاستثمار السياحي وإزالة المعوقات التي تواجهه؛
- توفير دراسات الجدوى الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية المتكاملة للمشروعات السياحية؛
- إقامة المنتجعات السياحية حول المناطق الجبلية وإمدادها بكثير من الإمكانيات المساعدة على الترفيه؛
- إنشاء قرى سياحية تتوافق مع الخصائص الطبيعية والثقافية بالولاية؛
- على كل مستثمر قبل تنفيذه لأي مشروع، إجراء دراسة جدوى كاملة تشمل جميع جوانب المشروع سواء بيئية، تسويقية، مالية... الخ. والتي تضمن له عدم الدخول في مشروع فاشل؛
- توفير مكاتب ومؤسسات تنظيمية مختصة في تقييم ومراقبة مدى إمكانية قيام المشاريع، وذلك بإلزام المستثمرين بضرورة إخضاع مشاريعهم لدراسة جدوى كشرط أساسي لمنح تراخيص الاستثمار؛
- تعزيز تواصل الهيئات المسؤولة عن السياحة في الولاية بوزارة السياحة بهدف وضع ولاية جيجل بصورة مستمرة في خرائط البرامج السياحية؛
- التركيز على تدريس مناهج دراسة الجدوى الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية لطلاب الجامعات والمعاهد لما لها من دور في بعث منتجات سياحية مستدامة.

آفاق الدراسة:

- من خلال هذه الدراسة يمكن اقتراح مجموعة من مواضيع أخرى التي يمكن أن تشكل امتداد لها:
- إستراتيجية ترقية السياحة البيئية في إطار ضوابط التنمية المستدامة؛
- دور السياحة الجبلية في تحقيق التنمية المحلية: دراسة حالة مجموعة المشاريع السياحية؛
- تنمية المناطق الريفية بولاية جيجل.

قائمة المراجع

1. أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012.
2. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2007.
3. جهاد فراس الطيلوني، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
4. خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة (في ظل العولمة المعاصرة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
5. خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة "بميك"، المناهج التجريبية المتكاملة (منهج المهارات المالية والمحاسبية الأساسية ودراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات)، الطبعة الثالثة، بدون بلد النشر، 2004.
6. زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار مناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
7. شقيري نوري موسى، أسامة عزمي سلام، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات الاستثمارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، دمشق، سوريا، 2012.
8. ضرار العتيبي، نضال الحواري، إدارة المشروعات الإنمائية (دراسة وتقرير الجدوى)، الطبعة العربية، دار اليازور العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
9. عاطف وليم أندراوس، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات (الأسس، القواعد، المعايير)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
10. عبد القادر محمد عبد القادر عطيه، دراسة الجدوى التجارية والاقتصادية والاجتماعية مع مشروعات BOT، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005.
11. عبد الكريم يعقوب، دراسات جدوى المشروع، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
12. عبد المطلب عبد الحميد، دراسات الجدوى الاقتصادية لاتخاذ القرارات الاستثمارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

13. علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي (مدخل صناعة السياحة والضيافة)، الطبعة الأولى دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2013.
14. فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عما، الأردن، 2015.
15. كاظم جاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة الأولى دار المناهج للنشر، 2013.
16. كاظم جاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات (تحليل نظري وتطبيقي)، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2012.
17. ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2001.
18. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
19. محفوظ حودة، حسين اليحي وآخرون، تحليل وتقييم المشاريع، الطبعة الثانية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2010.
20. محمد عبد الفتاح العشماوي، دراسات جدوى المشروعات الاستثمارية (مع نماذج عملية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للطباعة والنشر، مصر، 2007.
21. محمد محمود العجلوني، سعيد سامي الحلاق، دراسة الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
22. مصطفى يوسف كافي، تقنيات دراسة الجدوى الاقتصادية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2012.
23. موقف عدنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة (توجه حديث متكامل)، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
24. نضال الحواري، ضرار العتيبي، إدارة المشاريع الإنمائية لدراسة وتقرير الجدوى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

1. بن حسان حكيم، دراسة الجدوى ومعايير تقييم المشاريع الاستثمارية (دراسة حالة مؤسسة G.M.D.L.A.Belle لصناعة الفريضة والسميد)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2005-2006.
2. بن مسعود نصر الدين، دراسة وتقييم المشاريع الاستثمارية مع دراسة حالة شركة الأسمنت ببني صاف S.C.I.B.S، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص بحوث عمليات وتسيير المؤسسة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2009.
3. تمجدين نور الدين، دور وأهمية دراسات الجدوى في تقييم وتمويل مشروعات القطاع الخاص (دراسة حالة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر منطقة الجنوب الشرقي)، أطروحة دكتوراه، تخصص نفود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018-2019.
4. زهية حوري، تقييم المشروعات في البلدان النامية باستخدام طريقة الآثار، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الدولة في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2007.
5. زير ريان، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي (دراسة مقارنة الجزائر، تونس، الإمارات)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (LMD) في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018.
6. محصول عبد السلام، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية (مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب)، مذكرة ماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2013-2014.

ثالثا: المجلات العلمية

1. أوسرير منور وآخرون، دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الاستثمارية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السابع.

2. رشيد غلاب، السياحة البيئية في المناطق الجبلية مدخل لسياحة المستدامة لولاية جيجل، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد02، الجزائر، 2017.

رابعاً: التقارير

1. المونوغرافيا السياحية لولاية جيجل، مديرية السياحة والصناعات التقليدية جيجل، 2021.
2. الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنة 2020، مديرية السياحة والصناعة التقليدية، جيجل، 2021.
3. الحصيلة السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لسنة 2019، مديرية السياحة والصناعات التقليدية، جيجل، 2021.

خامساً: النصوص القانونية

1. القانون رقم 01/19 المؤرخ في 06/01/1999، الذي يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 06/01/1999، العدد02.
2. المرسوم التنفيذي رقم 15-19 المؤرخ في 25/01/2015، الذي يحدد كفايات تحضير عقود التعمير وتسليمها، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 12/02/2015، العدد07.
3. المرسوم التنفيذي رقم 19-158 المؤرخ في 30/04/2019، الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط وكفايات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرها، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 30/04/2019، العدد33.
4. المرسوم التنفيذي رقم 19-241 المؤرخ في 08/09/2019، الذي يحدد مجال تطبيق ومحتوى وكفايات المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، الجريدة الرسمية الجزائرية الصادرة بتاريخ 08/09/2019، العدد54.

سادساً: المقابلات

1. مقابلة مع السيد مراكب ماسينييسا، مفتش رئيسي في البيئة ورئيس مكتب تراخيص في مديرية البيئة لولاية جيجل، تحديد الجوانب البيئية المتعلقة بمشروع قرية الصخر الأحمر، ولاية جيجل، يوم 05/04/2021، 10:00.

2. مقابلة مع السيد عبد الغني غسمون، رئيس المكتب المكلف بالإحصاء لدائرة سيدي معروف، تحديد المرافق العامة لدائرة سيدي معروف، ولاية جيجل، 2021/05/25، 10:15.
3. مقابلة مع السيد زغوان محمد، مهندس معماري بمكتب هندسي وخدمي، تقدير التكاليف الاستثمارية لقرية الصخر الأحمر السياحية، ولاية جيجل، 2021/06/03، 14:00.
4. مقابلة مع السيدة حدوش مروة، محطلة أبحاث المستوى الثاني لبنك الوطني الجزائري، تحديد معلومات حول القرض البنكي، ولاية جيجل، يوم 2021/06/12، 10:30.
5. مقابلة مع السيد فؤاد شتوان، مهندس معماري بمديرية السياحة والصناعات التقليدية، تحديد مراحل تجسيد مشروع قرية الصخر الأحمر السياحية، ولاية جيجل، يوم 2021/06/24، 11:00.
6. مقابلة مع السيدة جمعي نوال، رئيسة مهمة بمديرية السياحة والصناعات التقليدية، تحديد شروط وكيفيات استغلال القرى السياحية، ولاية جيجل، يوم 2021/06/24، 11:30.

سابعاً: الموقع الإلكتروني

1 - <https://www.facebook.com/1998895073768845/posts/2182160315442319>

الملاحق

جامعة جيجل

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم تجارية

تخصص تسويق سياحي وفندقي

استمارة الدراسة التطبيقية

في إطار تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص تسويق سياحي وفندقي حول موضوع : " المنهجية المتكاملة لبعث وتطوير منتج سياحي مستدام، بعث وتطوير قرية سياحية بمنطقة سيدي معروف ولاية جيجل" فإننا نرجو من سيادتكم قراءة الاستبيان بدقة وموضوعية و وضع علامة (x) في خانة واحدة أمام كل عبارة، علما بأن هذه البيانات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذة:

صفية درويش

من إعداد الطالبتين:

- خديجة حمروش

- إيمان غديري

قائمة الملاحق

معلومات شخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج
- الحالة العملية: طالب موظف عامل حر متقاعد
- الدخل الفردي: أقل من 20000 دج من 20000 دج إلى 35000 دج
- من 35000 دج إلى 60000 أكثر من 60000 دج
- مكان الإقامة (الولاية):

1. كم تقدر عدد أيام العطل بالنسبة لك؟

- أسبوع 15 يوم شهر أكثر من شهر

2. ما هو الهدف من قيامك بالعطلة السنوية؟

- سياحة زيارة الأهل العمل أخرى

3. ما هي العوامل التي تشجعك على اختيار وجهتك لقضاء رحلتك السياحية؟

- الجبال والمناظر الطبيعية قرب المسافة الأماكن التاريخية
- جودة الخدمات أخرى

4. هل قمت بزيارة ولاية جيجل من قبل؟

- نعم لا

5. إذا كانت الإجابة لا، هل كانت الأسباب:

- مالية بعد المسافة الأمن نقص المرافق أخرى

6. إذا توفرت الظروف المناسبة في المستقبل، هل ترغب في القيام برحلة سياحية للولاية؟

- نعم لا

7. إذا سبق لك زيارة ولاية جيجل، فما هو الفصل المفضل لزيارة الولاية بالنسبة لك؟

- الربيع الصيف الخريف الشتاء

8. ما سبب زيارتك للولاية؟

زيارة أهل عمل سياحة أخرى

9. مع من قمت بالزيارة؟

بمفردك العائلة الأصدقاء

10. ما هي وسيلة تنقلك؟

سيارة خاصة نقل عام طائرة أخرى

11. خلال رحلتك السياحية، أين تفضل الإقامة؟

فندق مخيم شقة الأقارب والأصدقاء أخرى

12. هل يؤثر السعر على اختيارك لمكان الإقامة؟

تأثير كبير تأثير متوسط عديم التأثير

13. ما هو حجم إنفاقك العام عند قدومك لولاية جيجل؟

أقل من 50000 دج من 50000 دج إلى 90000 دج

من 90000 دج إلى 110000 دج أكثر من 110000 دج

14. كيف تعلم بوجود وجهة سياحية جذابة؟

الناس الأنترنت الإعلانات المرئية الإعلانات المسموعة

15. في حالة حجزك لمكان إقامة هل تتصل:

مباشرة بالفندق عن طريق الوكالات السياحية

16. ما هي النشاطات التي تفضل القيام بها في رحلتك السياحية؟

رياضة تنزه التخيم سباحة أخرى

17. ما درجة تقييمك للخدمات السياحية بولاية جيجل؟

جيدة جدا جيدة متوسطة ضعيفة ضعيفة جدا

18. ما هي السلبيات التي واجهتك خلال رحلتك السياحية بولاية جيجل؟

نقص مرافق الإيواء نقص مراكز الترفيه اكتظاظ الطرقات

ارتفاع أسعار السلع والخدمات نقص مواقف السيارات أخرى

19. ما رأيك في فكرة إقامة قرية سياحية جبلية في ولاية جيجل؟

فكرة جيدة فكرة سيئة

20. ما هي الوسيلة التي تفضل أن تنتقل بها من أسفل الجبل وصولا للقرية السياحية؟

- العربات المعلقة (téléphérique) سيارة خاصة بالقرية سيارتك الخاصة مشيا على الأقدام أخرى.....

21. ما نوع المرافق التي تفضل توفرها بالقرية السياحية؟

- مرافق الإيواء أماكن الترفيه و الرياضة مطعم متجر مكتبة موقف للسيارات أخرى.....

22. كيف تفضل أن يكون التصميم الخارجي للقرية؟

- شاليهات (أكواخ خشبية) خيم مباني أخرى.....

23. كيف تريد أن يكون التصميم الداخلي للقرية؟

- تقليدي عصري

24. ما نوع الأنشطة التي ترغب بممارستها عند قدومك للقرية؟

- تسلق الجبال الصيد الرياضة التخييم في الطبيعة أخرى.....

25. لو أعجبتك فكرة القرية السياحية الجبلية، ما هو احتمال مجيئك إليها؟

- احتمال كبير جدا احتمال كبير احتمال متوسط احتمال ضعيف

26. ماذا تقترح توفيره في هذه القرية السياحية:.....

.....

.....

.....

**** شكرا على حسن تعاونكم ****

<p>7 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية / العدد 54</p>	<p>8 محرم عام 1441 هـ 8 سبتمبر سنة 2019 م</p>
<p>المادة 3: يتعين على مصالح الوزارة المكلفة بالبيئة الانتباه من معالجة الملوثات الجارية خصوصا على مستواها خلال فترة لا تتجاوز شهرين (2)، ابتداء من تاريخ نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية.</p> <p>المادة 4: تلغى كل الأحكام المخالفة لهذا المرسوم.</p> <p>المادة 5: ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.</p> <p>حزب بالجزائر في 8 محرم عام 1441 الموافق 8 سبتمبر سنة 2019.</p>	<p>مرسوم تنفيذي رقم 19-241 مؤرخ في 8 محرم عام 1441 الموافق 8 سبتمبر سنة 2019، يعطل ويستتم المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1428 الموافق 19 مايو سنة 2007 الذي يحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفية المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة.</p>
<p>تور الدين بدوي</p>	<p>إن الوزير الأول،</p>
<p>الملاحق الأول</p>	<p>- بناء على التقرير المشترك بين وزير الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية ووزارة البيئة والطاقات المتجددة،</p>
<p>قائمة المشاريع التي تخضع لدراسة التأثير</p>	<p>- وبناء على التوسيم، لا سيما المادتين 49-4 و 143 (الفقرة 2) منه،</p>
<p>1- مشاريع تهيئة وبناء سباح داخل وخارج مناطق التوسيم والمواقع السياحية ذات مساحة تقدر بحشرة (10) هكتارات فما فوق،</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 والمتعلق بالبلدية،</p>
<p>2- مشاريع تهيئة وإيجاز طرق سريعة،</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق 21 فبراير سنة 2012 والمتعلق بالولاية،</p>
<p>3- مشاريع بناء وتهيئة مطار ومحطة قطارات،</p>	<p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 19-57 المؤرخ في 4 رجب عام 1440 الموافق 11 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين الوزير الأول،</p>
<p>4- مشاريع إيجاز وتهيئة سواحل صناعية ونواحي سيد بخري وسواحل ترفيهية،</p>	<p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 19-11 المؤرخ في 24 رجب عام 1440 الموافق 31 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة المعين،</p>
<p>5- مشاريع بناء أو جرف المدون،</p>	<p>- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1428 الموافق 19 مايو سنة 2007 الذي يحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفية المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة، المعدل والمتمم،</p>
<p>6- مشاريع تهيئة أماكن مساهمة الصناع والمستودعات تحت الرقابة الجمركية ومراكز الشرايع التي تتوفر على مساحة تخزين 5000 روبن الفد (20,000 متر مربع فما فوق)،</p>	<p>يرسم عايشي :</p>
<p>7- مشاريع التهيئة في المناطق الرطبة،</p>	<p>المادة الأولى : يعطل هذا المرسوم ويستتم بعض أحكام المرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1428 الموافق 19 مايو سنة 2007 الذي يحدد مجال تطبيق ومحتوى وكيفية المصادقة على دراسة وموجز التأثير على البيئة.</p>
<p>8- مشاريع صرف الأحياء السكنية وتوزيع أو خال الجرف في البحر،</p>	<p>المادة 2 : تعدل وتكتم قائمة المشاريع التي تخضع لدراسة التأثير وموجز التأثير الفخدة في الملاحق الأول والثاني بالمرسوم التنفيذي رقم 07-145 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1428 الموافق 19 مايو سنة 2007 والمذكور أعلاه، وتلحقان بهذا المرسوم،</p>
<p>9- مشاريع بناء تاليف نقل المصروفات السائلة أو الغازية،</p>	
<p>10- مشاريع تلقيب أو استخراج البترول والغاز الطبيعي أو المعدن من الأرض أو البحر،</p>	
<p>11- مشاريع إنجاز خط سكة حديدية،</p>	
<p>12- مشاريع إنجاز مؤسسات استشفائية ومؤسسات استشفائية متخصصة تسمع للمؤسسات (300) سرير فدا فوق،</p>	

8 محرم عام 1441 هـ 8 سبتمبر سنة 2019 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 54	8
13 - مشاريع تهيئة أماكن مسافنة البضائع ومراكز لتوزيع التي تتوفر على مساحة تخزين 95 من 80000 ألف (20.000) متر مربع.	13 - مشاريع إنجاز مرسى. 14 - مشاريع إنجاز مراكز إنتاج الطاقة الريحية للطامونات التي يفوق طولها خمسة (50) من 600 وبتنوع أكثر من عشرين (20) ميغواط.	
14 - مشاريع تهيئة تقسيمات حضرية تفوق مساحتها عشرة (10) هكتارات.	15 - مشاريع إنجاز مركز توليد الطاقة الشمسية والتي تنتج أكثر من عشر من (20) ميغواط.	
15 - مشاريع تهيئة بواقي لرسو. 16 - مشاريع إنجاز مدن جديدة تتسع لأكثر من مائة ألف (100.000) نسمة.	16 - مشاريع تشغيل ومنشآت الحد من تقدم مياه البحر حولها خمسمائة (500) متر فما فوق.	
17 - مشاريع تهيئة وبناء سياحي داخل وخارج مناطق التوسع والمواقع السياحية ذات مساحة تقل عن عشرة (10) هكتارات.	17 - مشاريع إنجاز ازدهار وشمسية بقدرة استيعاب تزيد عن عشرة آلاف (10.000) مصطل.	
18 - مشاريع تهيئة وبناء مؤسسات العلاج بمياه البحر ومؤسسات العلاج بالمياه المعدنية.	18 - مشاريع إنجاز مراكز جامعية ومراكز بحث.	
19 - مشاريع إنجاز ونهضة حدائق تسلية تتسع لأكثر من أربعة آلاف (4.000) زائر.	الملحق الثاني	
20 - مشاريع تشغيل ري على مساحة تفوق خمسمائة (500) متر مربع (تخصيز - سد).	قائمة المشاريع التي تخضع لموجز التأثير	
21 - مشاريع تفريغ ما يفوق عشرة آلاف (10.000) متر مكعب من الأوحال في البحيرات والمستنقعات المائية.	1 - مشاريع تهيئة مناطق النشاطات والمتاحف الصناعية.	
22 - مشاريع إنجاز محلات زور في منطقة حضرية.	2 - مشاريع تهيئة حظائر لآلة الألبان تتسع لأكثر من مائة (100) سيارة.	
23 - مشاريع إنجاز ضد حافلات كهربائية (تراسوي) في وسط حضري.	3 - مشاريع بناء وتهيئة ملاعب تحتوي على منصات ثلثة تتسع لأكثر من خمسة آلاف (5.000) متفرج.	
24 - مشاريع إنجاز مؤسسات استشفائية ومؤسسات استشفائية متخصصة تتسع لستون (60) إلى خمسمائة (500) سرير.	4 - مشاريع بناء مطبخين التي تقدر طاقتها بأكثر من ثلاثين (30) طن.	
25 - مشروع إنجاز أسواق الجملة بمساحة تتجاوز هكتارا واحدا (1).	5 - مشاريع جرد الألبان لأكثر من عشرة آلاف (10.000) ساكن.	
26 - إنجاز قاعدة حياة لاستقبال أكثر من ثلاثمائة (300) شخص.	6 - مشاريع إنجاز منصات ثقافية ورياضية أو ترفيهية بإمكانها استقبال أكثر من خمسة آلاف (5.000) شخص.	
27 - مشاريع تشغيل ومنشآت الحد من تقدم مياه البحر يقل طولها عن خمسمائة (500) متر.	7 - مشاريع تهيئة وإنشاء فري للعطل تفوق مساحتها هكتارين (2) اثنين.	
28 - مشاريع إنجاز مساجد وطنية بقدرة استيعاب تفرق ألف (1.000) مصطل.	8 - مشاريع بناء منشآت فندقية تتوفر على أكثر من ثلاثمائة (300) سرير.	
29 - مشاريع إنجاز أحياء جامعية.	9 - مشاريع تهيئة مساحات للتخييم تفوق مائتي (200) موقع.	
	10 - مشاريع تهيئة حواجز مائية.	
	11 - مشاريع إنجاز مقابر.	
	12 - مشاريع بناء مركز بحوثية تفوق مساحتها المئتين وخمسة آلاف (5.000) متر مربع.	

الملحق الثالث: جدول إهلاك القرض البنكي

الزمن	الحد الأقصى	فائدة	الرسوم الضريبية	الإهلاك
sept-21	2 655 187,50	2 231 250,00	423 937,50	0,00
déc-21	2 368 843,75	1 990 625,00	378 218,75	0,00
mars-22	2 342 812,50	1 968 750,00	374 062,50	0,00
juin-22	2 394 875,00	2 012 500,00	382 375,00	0,00
sept-22	2 394 875,00	2 012 500,00	382 375,00	0,00
déc-22	2 368 843,75	1 990 625,00	378 218,75	0,00
mars-23	2 342 812,50	1 968 750,00	374 062,50	0,00
juin-23	8 394 875,00	2 012 500,00	382 375,00	6 000 000,00
sept-23	8 299 080,00	1 932 000,00	367 080,00	6 000 000,00
déc-23	8 179 336,25	1 831 375,00	347 961,25	6 000 000,00
mars-24	8 084 582,50	1 751 750,00	332 832,50	6 000 000,00
juin-24	8 017 050,00	1 695 000,00	322 050,00	6 000 000,00
sept-24	7 915 900,00	1 610 000,00	305 900,00	6 000 000,00
déc-24	7 800 321,25	1 512 875,00	287 446,25	6 000 000,00
mars-25	7 686 825,00	1 417 500,00	269 325,00	6 000 000,00
juin-25	7 628 515,00	1 368 500,00	260 015,00	6 000 000,00
sept-25	7 532 720,00	1 288 000,00	244 720,00	6 000 000,00
déc-25	7 421 306,25	1 194 375,00	226 931,25	6 000 000,00
mars-26	7 311 975,00	1 102 500,00	209 475,00	6 000 000,00
juin-26	7 245 335,00	1 046 500,00	198 835,00	6 000 000,00
sept-26	7 149 540,00	966 000,00	183 540,00	6 000 000,00
déc-26	7 042 291,25	875 875,00	166 416,25	6 000 000,00
mars-27	6 937 125,00	787 500,00	149 625,00	6 000 000,00
juin-27	6 862 155,00	724 500,00	137 655,00	6 000 000,00
sept-27	6 766 360,00	644 000,00	122 360,00	6 000 000,00
déc-27	6 663 276,25	557 375,00	105 901,25	6 000 000,00
mars-28	6 568 522,50	477 750,00	90 772,50	6 000 000,00
juin-28	6 478 975,00	402 500,00	76 475,00	6 000 000,00
sept-28	6 383 180,00	322 000,00	61 180,00	6 000 000,00
déc-28	6 284 261,25	238 875,00	45 386,25	6 000 000,00
mars-29	6 187 425,00	157 500,00	29 925,00	6 000 000,00
juin-29	6 095 795,00	80 500,00	15 295,00	6 000 000,00
197 804 977,50	40 172 250,00	7 632 727,50	150 000 000,00	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج المقابلة مع السيدة حدوش مروة، محللة أبحاث

المستوى الثاني للبنك الوطني الجزائري.

قائمة الملاحق

الملحق الرابع: جدول حساب صافي التدفقات النقدية

السنة الأولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	السنة الرابعة	السنة الخامسة	رقم الأعمال	التدفق النقدي الداخل
80 160 000,00	87 322 200,00	94 548 264,00	104 256 055,68	114 777 782,36		
6 012 000,00	6 733 440,00	7 541 452,80	8 446 427,14	9 459 998,39	مصاريف تشغيلية أساسية	التدفق النقدي الخارج
18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	رواتب الموظفين	
8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	استهلاكات	
961 920,00	961 920,00	961 920,00	961 920,00	961 920,00	مصاريف الصيانة	
1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	مصاريف النقل	
400 800,00	400 800,00	400 800,00	400 800,00	400 800,00	مصاريف التسويق	
721 440,00	721 440,00	721 440,00	721 440,00	721 440,00	أقساط التأمين	
36 232 320,00	36 953 760,00	37 761 772,80	38 666 747,14	39 680 318,39	المجموع	
43 927 680,00	50 368 440,00	56 786 491,20	65 589 308,54	75 097 463,97	صافي التدفق النقدي	

السنة السادسة	السنة السابعة	السنة الثامنة	السنة التاسعة	السنة العاشرة	رقم الأعمال	التدفق النقدي الداخل
124 456 116,24	135 740 450,19	149 338 304,22	164 216 900,72	180 529 928,81		
10 595 198,20	11 866 621,98	13 290 616,62	14 885 490,62	16 671 749,49	مصاريف تشغيلية	التدفق النقدي الخارج
18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	18 436 800,00	رواتب الموظفين	
8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	8 416 800,00	استهلاكات	
961 920,00	961 920,00	961 920,00	961 920,00	961 920,00	مصاريف الصيانة	
1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	1 282 560,00	مصاريف النقل	
400 800,00	400 800,00	400 800,00	400 800,00	400 800,00	مصاريف التسويق	
721 440,00	721 440,00	721 440,00	721 440,00	721 440,00	أقساط التأمين	
40 815 518,20	42 086 941,98	43 510 936,62	45 105 810,62	46 892 069,49	المجموع	
83 640 598,05	93 653 508,21	105 827 367,60	119 111 090,11	133 637 859,32	صافي التدفق النقدي	

الملحق الخامس: جدول حساب مجمع القيمة الحالية للتدفقات النقدية الصافية

القيمة الحالية للتدفق النقدي	القيمة الحالية ل 1دج ل5,25%	التدفق النقدي
41 736 513,06	0,95	43 927 680,00
45 468 883,61	0,90	50 368 440,00
48 705 580,20	0,86	56 786 491,20
53 449 621,54	0,81	65 589 308,54
58 145 317,81	0,77	75 097 463,97
61 529 658,18	0,74	83 640 598,05
68 895 589,96	0,74	93 653 508,21
70 278 285,40	0,66	105 827 367,60
75 154 200,44	0,63	119 111 090,11
80 114 009,04	0,60	133 637 859,32
603 477 659,24	/	733 343 687,00

المصدر: من إعداد الطلبة.

الملحق السادس: جدول القيمة الحالية المتراكمة

السنة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة	الخامسة
القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتراكمة	41 736 513,06	87 205 396,67	135 910 976,87	189 360 598,41	247 505 916,22
السنة	السادسة	السابعة	الثامنة	التاسعة	العاشرة
القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتراكمة	309 035 574,40	379 313 859,80	449 592 145,20	524 746 345,64	604 860 354,68

المصدر: من إعداد الطلبة.

قوانين

- وبمقتضى القانون رقم 85 - 05 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 16 فبراير سنة 1985 والمتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى القانون رقم 87 - 03 المؤرخ في 27 جمادى الأولى عام 1407 الموافق 27 يناير سنة 1987 والمتعلق بالتهيئة العمرانية.

- وبمقتضى القانون رقم 88 - 07 المؤرخ في 7 جمادى الثانية عام 1408 الموافق 26 يناير سنة 1988 والمتعلق بالوقاية الصحية والأمن وطب العمل.

- وبمقتضى القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 08 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالبلدية.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 11 المؤرخ في 25 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 22 المؤرخ في 27 صفر عام 1411 الموافق 22 غشت سنة 1990 والمتعلق بالسجل التجاري، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالتهيئة والتعمير.

- وبمقتضى الأمر رقم 95 - 07 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالتأمينات.

- وبعد تصادق البرلمان.

قانون رقم 99 - 01 مؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999، يحدّد القواعد المتعلقة بالفندقة.

إنّ رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيّما المواد 120 و122 و126 منه.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 62 المؤرخ في 4 ذي الحجة عام 1385 الموافق 26 مارس سنة 1966 والمتعلق بالمناطق والمواقع السياحية.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966، والمتضمنّ قانون الإجراءات المدنية، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمنّ قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمنّ قانون العقوبات، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمنّ القانون المدني، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمنّ القانون التجاري، المعدل والمتمّم.

- وبمقتضى القانون رقم 83 - 03 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1403 الموافق 5 فبراير سنة 1983 والمتعلق بحماية البيئة.

- تصرف غير لائق من الزبون،
 - مرض معد يحمله الزبون وتتمّ معاينته قانونا.
 - إذا أدخل الزبون إلى المؤسسة الفندقية أي حيوان أو أي شخص غير معني بالعقد دون إشعار الفندق،
 - إذا أدخل الزبون مواد سامة أو خطيرة أو سلاحا أو مئادا محظورا دون علم الفندق.
- المادة 45 :** يحق للزبون فسخ العقد الفندقي في الحالات الآتية :
- تصرفات غير لائقة من الفندق تجاه الزبون أو المساس بشرفه وكرامته أو الإخلال بأعراف المهنة،
 - عدم توفير المؤسسة الفندقية الجور الملائم للتعنت يهدوء المكان،
 - عدم توفير الفندق للزبون الخدمات التي التزم بإدائها،
 - إذا قدم الفندق خدمات أقل نوعية من تلك التي تطابق صنف المؤسسة الفندقية.

الباب الثالث

القواعد المتعلقة ببناء واستغلال المؤسسات الفندقية

الفصل الأول

قواعد بناء المؤسسات الفندقية

- المادة 46 :** يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي قبل تسليمه رخصة بناء أو تعديل أو تهيئة أو تهديم مؤسسة فندقية من طرف السلطات المعنية الحصول على المصادقة على مخططات المشروع من طرف مصالح الوزارة المكلفة بالسياحة.
- المادة 47 :** تنشأ لدى الوزير المكلف بالسياحة لجنة مختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية، تحدّد تشكيلتها وطريقة عملها عن طريق التنظيم.
- المادة 48 :** تخضع المؤسسات الفندقية لقواعد بناء وتهيئة تحدّد عن طريق التنظيم

المادة 37 : يتعيّن على الزبون إخطار الفندق بمجرد علمه بتلف شيء مملوك له أو تخريبه أو سرقة.

تسقط بالتقادم دعوى الزبون ضد الفندق بانقضاء ستة (6) أشهر ابتداء من يوم مغادرته المؤسسة الفندقية.

المادة 38 : يلتزم الزبون باحترام النظام الداخلي للمؤسسة الفندقية.

المادة 39 : يتعيّن على الزبون التعرف على الأسعار وطرق تسويدها وعلى كل معلومة لها علاقة بالخدمات التي قد يطلبها من المؤسسة الفندقية.

المادة 40 : يلتزم الزبون، في حالة عدم تجديد العقد، بإخلاء الأماكن عند انتهاء المدّة المتفق عليها.

يعتبر عدم إخلاء الأماكن من قبل الزبون بعد انتهاء هذه المدّة كشغل تعسفي وإخلالا بالنظام العام وفي هذه الحالة، يأمر وكيل الجمهورية، بناء على طلب الفندق، بالإخلاء باللجوء إلى القوة العمومية وذلك دون المساس باحكام المادة 94 لئلا.

الفصل الرابع

بطلان العقد الفندقي وفسخه

المادة 41 : يعتبر باطلا ويدون أثر كل عقد فندقي جاء مخالفا لأحكام هذا القانون.

المادة 42 : عندما يتم الإخلال ببندو العقد من طرف أحد أطراف العقد، يحق للطرف الآخر فسخ العقد.

في هذه الحالة يتعيّن على الطرف الذي يفسخ العقد إخطار الطرف الآخر مسبقا.

المادة 43 : إذا استحال على الفندق توفير الإيواء المتفق عليه للزبون بسبب وقوع حوادث طارئة أو يصعب تجاوزها، يحق للفندق أن يفسخ العقد الذي يربطه بالزبون. وفي هذه الحالة يلتزم الفندق بإبلاغ الزبون بذلك مسبقا.

المادة 44 : يحق للفندق فسخ العقد في الحالات الآتية :

مراسيم تنظيمية

- وبمقتضى المرسوم رقم 14-85 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 الذي يحدد شروط تخصيص أماكن التخزين واستغلالها، المعدل.

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 19-97 المؤرخ في 4 رجب عام 1440 الموافق 11 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين الوزير الأول.

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 19-111 المؤرخ في 24 رجب عام 1440 الموافق 31 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-16 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يعرف المؤسسات الغذائية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها، المتفق.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-130 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يوتير سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الغذائية إلى رتب وشروط تلك، المعدل.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-132 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد كفاءات اعتماد مسرور وخدمة غذائية وشروط ذلك.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-134 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد الشارة المبينة بترقية المؤسسات الغذائية.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 07-07 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007 الذي يحدد شروط وكفاءات منح امتياز استغلال واستغلال المياه الحموية المعدل.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 15-05 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، المعدل.

يرسم ما يأتي:

المادة الأولى: تطبقا لأحكام المواد 5 و 52 و 54 و 55 و 64 من القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالغندقة، يهدف هذا المرسوم إلى تعريف المؤسسات الغذائية ويحدد شروط وكفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرتها.

مرسوم تنفيذي رقم 19-158 مؤرخ في 24 شعبان عام 1440 الموافق 30 أبريل سنة 2019، يعرّف المؤسسات الغذائية ويحدد شروط وكفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرتها.

إن الوزير الأول،

يباد على تفويض وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتين 99 و 143 (الفقرة 2) منه.

- وبمقتضى الأمر رقم 76-114 المؤرخ في 20 صفر عام 1396 الموافق 20 فبراير سنة 1976 والمتعلق بالقواعد المنظمة في ميدان الأمن من أخطار الحريق والفرع وإنشاء لجان لوقاية والحماية المدنية.

- وبمقتضى القانون رقم 90-29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالتبينة والتعمير والمعدل والمتفق.

- وبمقتضى القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالغندقة.

- وبمقتضى القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.

- وبمقتضى القانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتفق.

- وبمقتضى القانون رقم 09-07 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المياه المعدل ورفع الغش، المعدل.

- وبمقتضى القانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1437 الموافق 22 يونيو سنة 2011 والمتعلق بالبلدية.

- وبمقتضى القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق 21 فبراير سنة 2012 والمتعلق بالولاية.

- وبمقتضى المرسوم رقم 76-36 المؤرخ في 20 صفر عام 1396 الموافق 20 فبراير سنة 1976 والمتعلق بالحماية من أخطار الحريق والفرع في المؤسسات الخاصة باستقبال الجمهور.

- نسخة من معاينة المطابقة لقواعد الأمن ضد مخاطر الحريق، تسلّمها مصالح الحماية المدنية المختصة إقليميا.

- نسخة من معاينة المطابقة لقواعد السلامة والنقارة العمومية، تسلّمها المصالح المدنية المختصة إقليميا.

- نسخة من مخطط الأمن الداخلي للمؤسسة، تصادق عليه مصالح الأمن المختصة إقليميا.

- نسخة من القانون الأساسي للشخص العمومي حسب الحالة.

المادة 11: تمدد نماذج رخصة الاستغلال وقرار التصنيف وامتداد مسير المؤسسة الفندقية بموجب قرار من الوزير المكلف بالسياحة

القسم الثاني

استغلال المؤسسات الفندقية

المادة 12: يسلم رخص استغلال المؤسسات الفندقية المذكورة في المادة 6 أعلاه، رأي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالسياحة.

المادة 13: تستأجر مصالح الأمن المعنية في إطار دراسة طلبات رخص الاستغلال.

المادة 14: تزخر الرخصة

- إذا لم تتوفر الشروط الضرورية لتسليمها.

- إذا كانت تفتقر تحريات مصالح الأمن المحلية.

يبلغ قرار الرخص مغلداً إلى طالب الرخصة بكل المرق الملائمة.

المادة 15: تختص طائفة العقوبات الإدارية المنصوص عليها في القانون رقم 99-01 المؤرخ في 9 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 والمذكور أعلاه، كل تغيير يطرأ لاحقاً في عناصر طلب الرخصة يجب أن ينسب إليه علم مصالح المديرية الولائية المكلف بالسياحة.

المادة 16: رخصة الاستغلال غير قابلة للتنازل ولا يمكن نقل ملكيتها.

غير أنه، في حالة وفاة المالك، يمكن ذوي الحقوق الاستمرار في استغلال المؤسسة الفندقية شريطة امتلاكه لأحكام هذا المرسوم في أجل لا يزيد عن سنة (1) واحدة قابلة للشهرية، من تاريخ الوفاة.

كما يمكن أن يوفر أماكن مجهزة بخدمات الإيواء للتضييق، شابة أو مثقلة.

ويشفي أن يشمل خدمات صحية وإعلام جماعي.

ترتب التصنيفات السياحية في ثلاثة (3) أصناف:

- الصنف الأول: 3 نجوم.

- الصنف الثاني: نجمتان.

- الصنف الثالث: نجمة واحدة.

الفصل الثاني

شروط وكيفية استغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها وامتداد مسيرها

القسم الأول

أحكام مشتركة

المادة 9: يخضع لشروط في استغلال مؤسسة فندقية وتصنيفها في تب وامتداد مسيرها، إلى الحصول على التالي:

- رخصة استغلال.

- قرار تصنيف.

- اعتماد المسير.

المادة 10: يودع المشرع لاستغلال مؤسسة فندقية، طلباً لدى مصالح المديرية الولائية المكلف بالسياحة، مقابل وصل استلام، عرفه بطلب للحصول على رخصة الاستغلال والتصنيف وامتداد المسير.

يتضمن الطلب الوثائق الآتية:

- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية للمطالب أو للممثل القانوني للشخص المعنوي، وكذا تلة الخاتمة بصير المؤسسة الفندقية، حسب الحالة.

وثائق المثبتة للكفاءة المهنية لمسير المؤسسة الفندقية، مطابقة للشروط المتعلقة بتعيين التصنيف الخاص بها، كما هو محدد أثناء.

- نسخة من سند الملكية أو الإيجار أو الامتياز للمؤسسة الفندقية.

- نسخة من معاينة الحالة الخاصة بالأعمال المنجزة طبقاً لأحكام القانون رقم 90-29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمذكور أعلاه.

24	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 07	22 ربيع الثاني عام 1436 هـ 12 فبراير سنة 2015 م
الملاحق		
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية		
ولاية :	دائرة :	بلدية :
طلب رخصة البناء		
(الرسوم التخفيضي، رقم 15-19 المؤرخ في 4 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 25 يناير سنة 2015 الذي يحدد كيفية تحضير عقود التعمير وتسليمها)		
1- اسم ولقب المالك أو التسمية	2- عنوان المالك (رقم ونهج) :	بلدية :
رقم الهاتف :	3- اسم ولقب صاحب الطلب أو التسمية :	4- عنوان صاحب الطلب (رقم ونهج) :
بلدية :	5- رقم الهاتف :	6- نوع الوثائق التي تثبت الملكية أو الاستعمال :
7- عنوان المشروع :	8- المساحة الإجمالية للقطعة الأرضية	9- طبيعة الطلب :
10- نوع المشروع :	11- الاستعمال الحالي للقطعة الأرضية والبنات الموجودة	12- مشتملات البنات الموجودة ومقاساتها
13- الرشايق القبلونية والإدارية الأخرى :	14- الأجل المقترح لإنجاز أشغال البناء :	
حرر بـ	في	بمقام صاحب الطلب

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

ولاية
 دائرة
 بلدية
 مصلحة

قرار بتفسيخ شهادة المطابقة

المرسوم التنفيذي رقم 15-19 المؤرخ في 4 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 25 يناير سنة 2015 الذي يحدد كيفية
 تفسيخ عقود التعجير وتسلسلها)

رقم
 المجلس الشعبي البلدي لبلدية

إن رئيس المجلس الشعبي البلدي :
 نظرا للمطلب الذي تم إيداعه بتاريخ
 من طرف (السيدة / الأتمة / السيد)
 الساكنة بـ
 بخصوص أشغال :
 بمقتضى
 وبمقتضى
 وبمقتضى رخصة البناء المسجلة تحت رقم بتاريخ
 وبمقتضى محضر جرد رقم الذي تم إعداده بتاريخ
 باشابة للبيانات المسترجعة من الجمهور والبيانات ذات الاستعمال السكني الجماعي والتجهيزات :
 وبمقتضى محضر استلام الأشغال التي تم إعداده من طرف مصالح المركز التقني للبناء
 تحت رقم بتاريخ

يقدر ما يأتي :

المادة الأولى : تسم شهادة المطابقة وتثبت مطابقة الأشغال المتميزة حسب الخطط المصادق عليها للبيانية :

.....

المادة 2 : تتكون البيانية التي تمت مراجعتها من مستويات، والتي يكون تفسيخها كما يأتي :
 /1
 /2
 /3
 /4
 /5
 /6
 /7
 /8
 /9

رئيس المجلس الشعبي البلدي