

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

العنوان

إشكالية تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر

- دراسة حالة ولاية جيجل -

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص: تسيير واقتصاد سياحي

إشراف الأستاذ
عبد الحكيم بوالحيلة

إعداد الطالبان:

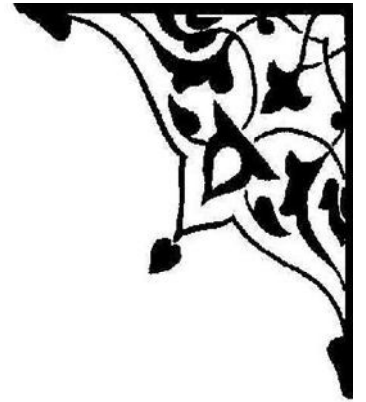
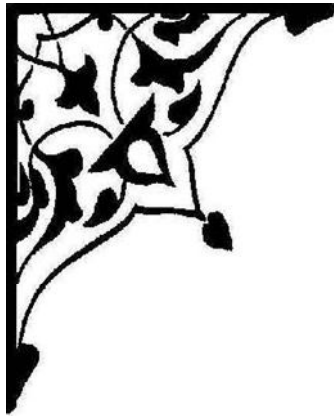
- صباح بوهنة

- جميلة بن عزيزة

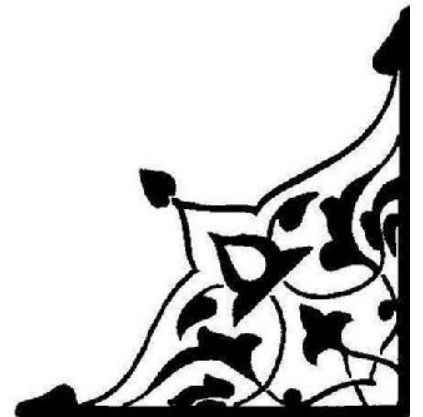
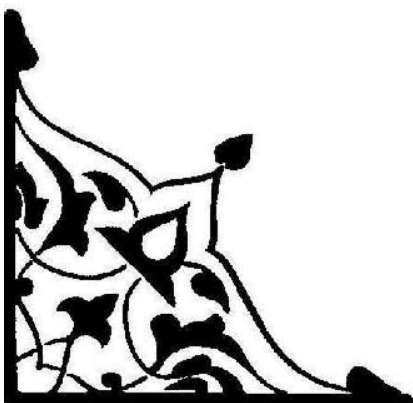
أعضاء لجنة المناقشة:

| | | |
|----------------|------------|------------------------------|
| رئيساً | جامعة جيجل | الأستاذ: عبد الحفيظ عيمر |
| مشرفاً ومقرراً | جامعة جيجل | الأستاذ: عبد الحكيم بوالحيلة |
| مناقشاً | جامعة جيجل | الأستاذ: فيروز بوشويط |

السنة الجامعية 2017/2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دعاء

اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا إياه

اللهم علمنا ما ينفعنا وانفعنا بما علمتنا وزدنا علما وأدبا وعلما إلى يوم نلقاك

اللهم اجعلنا من المجتهدين الذين أصابوا حتى ينالوا أجرين لا من المجتهدين

الذين ينالون أجرا واحدا.

اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلا تجعلنا نصاب بالغرور، وإذا فشلنا فلا تجعلنا

نصاب باليأس وذكرنا أنه فوق كل ذي علم عليم.

شكر وعرفان

قال الله تعالى: «وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنْ اشْكُرْ لِلَّهِ ۚ وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ» الآية 12 سورة لقمان.

يقول النبي صل الله عليه وسلم: " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

وعملا بمقتضى قول الله تعالى نبيه صل الله عليه، نتوجه بخالص الشكر إليه عز وجل، الذي وفقنا بعناية لإنجاز هذا العمل، ونحمده ونسأله التوفيق في القول والعمل.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ "بولحيلة عبد الحكيم" المشرف على هذا العمل، والذي لم ييخل علينا بنصائحه القيمة وتوجيهاته الصائبة.

كما نشكر كل الأساتذة والإداريين العاملين بكلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ونخص بالذكر قسم علوم التسيير.

وكل من ساهم من قريب أو من بعيد في هذا العمل ولو بفكرة صغيرة أو دعوة صادقة لنا بالنجاح راجين من الله أن يتقبل منا هذا العمل ويجعله خالصا لوجهه الكريم.

الإهداء

"اللهم علمنا ما ينفعنا وانفعنا بما علمتنا وزدنا علما"

في البداية أهدي عملي هذا إلى الذين أوصانا الله أن نحسن إليهما بعد عبادته

إلى أعز ما أملك في الوجود أُمِّي أطال الله في عمرها وأبي رحمه الله

إلى التي احتضنتني فكان حضنها دفئا وحنانا، إلى مصدر المحبة والحنان إلى من

سهرت وشقت وتعبت لراحتي، إلى التي أنارت دربي بنصائحها إلى من كفها

الإحسان**** وقلبها دافئ بالحب والسلام

إلى أحلى بيستان يموج بالفل والياسمين والريحان

إليك يا "أمي الحبيبة"

إلى الذين يتقاسمون معي الحياة بجلوها ومرها

أخي الكبير والعزيز على قلبي "إبراهيم" وأخي "أمين" دون أن أنسى أخي

"رحيم" إلى أختي العزيزة "فتيحة" إلى جميع أحوالي وخالاتي وخاصة ابنة خالتي

"شيماء"

إلى عمتي "غنية"

إلى خطيبي "صالح" وكل عائلته

إلى الأستاذ المشرف "بوالحيلة عبد الحكيم"

إلى رفيقات العمر "سعيدة وخديجة"

صباح

الاهداء

إلى من كان حلمه أن يراني في هذه المرتبة ،إلى من علمني السعي دون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ، ستبقى كلماته نجوما في سماء العمر ، أهتدي بها في درب حياة اليوم وفي الغد وإلى الأبد، إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى الشمعة التي تنير طريقي ،إلى التي تمضي زهاء عمرها تحف طموحي بعبير الأمل، إلى التي تسقيني من ندى حبها وفيض حنانها، إلى أمي أّطال الله في عمرها.

إلى من تربييت وكبرت بينهم إخوتي وأخواتي وإلى أولادهم.

إلى كل الأصدقاء و الصديقات .

إلى كل أساتذتي الأفاضل تقديرا واعترافا لهم بالجميل.

إلى كل من يسعى إلى طلب العلم والمعرفة.

جميلة



قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

| الصفحة | اسم الشكل | رقم الشكل |
|--------|--|-----------|
| 11 | عناصر الجذب السياحي | 01 |
| 24 | مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المتدخلة | 02 |
| 67 | توافد السياح إلى الفنادق خلال الفترة (2013-2016) | 03 |
| 68 | عدد الليالي السياحية خلال الفترة (2013-2016) | 04 |
| 69 | عدد المخيمات العائلية خلال الفترة (2013-2016) | 05 |
| 72 | الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار - جيجل - | 06 |
| 74 | الاستثمارات السياحية الممولة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بولاية - جيجل - (2011-2017) | 07 |
| 78 | الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب - جيجل - | 08 |
| 81 | الاستثمارات السياحية أو (الخدمات المكملة لها) الممولة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب - جيجل - (2012-2016) | 09 |

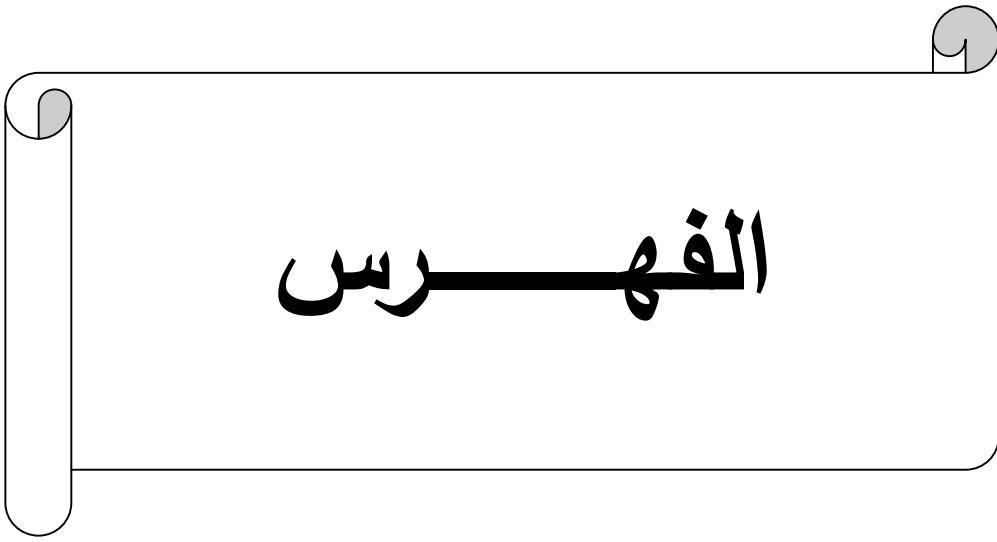


قائمة الجداول

قائمة الجداول

| الصفحة | اسم الجدول | رقم الجدول |
|--------|--|------------|
| 38 | حصيلة برنامج مخطط الثلاثي من 1967-1969 | 01 |
| 39 | توزيع ميزانية السياحة خلال المخطط الرباعي الأول من 1970-1972 | 02 |
| 39 | عدد الأسرة المنجزة خلال الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي | 03 |
| 41 | توزيع طاقات الإيواء السياحي المنجزة حسب المنتج السياحي | 04 |
| 43 | طاقات الإيواء المقدره خلال المخطط الخماسي الأول من 1980-1984 | 05 |
| 54 | المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق SDAT 2025 | 06 |
| 55 | الفنادق المدرجة في المخطط التوجيهي لآفاق SDAT 2025 | 07 |
| 55 | الحظائر الإيكولوجية والسياحية المدرجة في SDAT2025 | 08 |
| 67 | توافد السياح إلى الفنادق خلال الفترة (2013-2016) | 09 |
| 68 | عدد الليالي السياحية خلال الفترة (2013-2016) | 10 |
| 69 | عدد المخيمات السياحية خلال الفترة (2013-2016) | 11 |
| 70 | الدواوين والجمعيات السياحية | 12 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 73 | الاستثمارات السياحية الممولة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار خلال الفترة (2017-2011) | 13 |
| 80 | الاستثمارات السياحية أو (الخدمات المكتملة لها) الممولة من طرف الوكالة لدعم وتشغيل الشباب خلال الفترة (2016-2012) | 14 |



الفهرس

الفهرس

| الصفحة | الموضوعات |
|--|--|
| أ..... | مقدمة |
| الفصل الأول: أساسيات حول التمويل والاستثمار السياحي | |
| 06 | تمهيد |
| 07..... | المبحث الأول: ماهية السياحة..... |
| 07..... | المطلب الأول: مفهوم السياحة |
| 08 | المطلب الثاني: أنواع السياحة..... |
| 09..... | المطلب الثالث: السوق السياحية..... |
| 12..... | المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية للسياحة |
| 14..... | المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التمويل |
| 14..... | المطلب الأول: مفهوم التمويل |
| 15..... | المطلب الثاني: مصادر التمويل..... |
| 18..... | المطلب الثالث: خطوات التمويل..... |
| 19..... | المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في التمويل وضمناته..... |
| 21..... | المبحث الثالث: ماهية الاستثمار السياحي..... |
| 21..... | المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي..... |
| 23..... | المطلب الثاني : أنواع الاستثمار السياحي |

- المطلب الثالث: مراحل الصناعة السياحية.....24
- المطلب الرابع: محددات الاستثمار السياحي ومعوقاته.....25
- خلاصة الفصل 29

الفصل الثاني: تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر

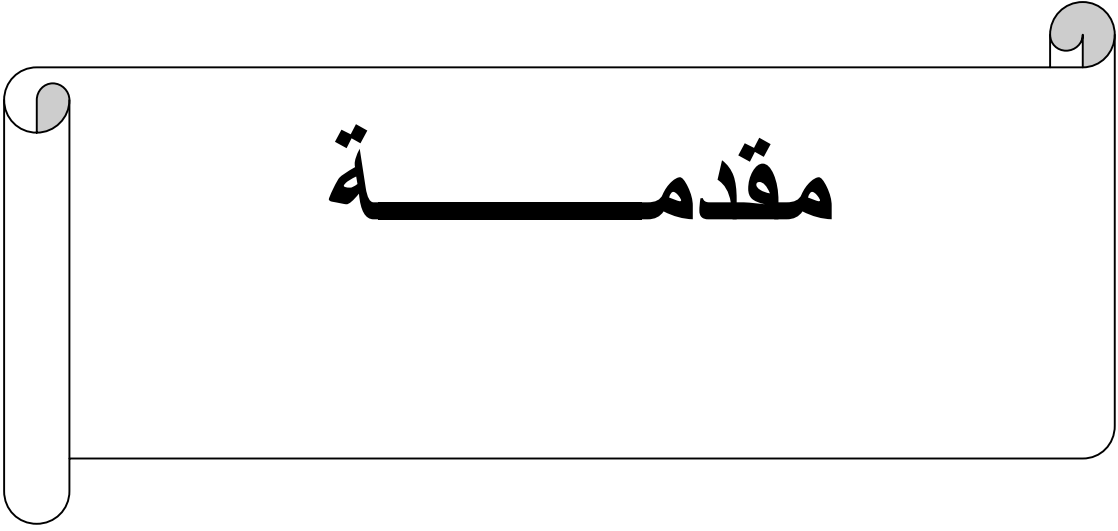
- تمهيد..... 31
- المبحث الأول: الخصائص الهيكلية والتنموية للقطاع السياحي في الجزائر 32
- المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر 32
- المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر 34
- المطلب الثالث: موقع السياحة في الإقتصاد الجزائري..... 35
- المبحث الثاني: تمويل القطاع السياحي في الجزائر على ضوء المخططات التنموية ... 37
- المطلب الأول: تنمية السياحة خلال الفترة 1967-1990..... 37
- المطلب الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي 45
- المطلب الثالث: تقييم الطرق التمويلية 48
- المبحث الثالث: آفاق تنمية الاستثمار السياحي في الجزائر 50
- المطلب الأول: التحفيزات الضريبية الممنوحة للاستثمار السياحي 50
- المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 52
- المطلب الثالث: مشاكل تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر..... 56
- خلاصة الفصل..... 58

الفصل الثالث: آليات دعم وتطوير النشاط السياحي من المنظور التمويلي في ولاية

- جيجل -

- تمهيد..... 60
- المبحث الأول: تقديم ولاية - جيجل - سياحيا 61
- المطلب الأول: نبذة عن ولاية - جيجل - 61
- المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية - جيجل - 62
- المبحث الثاني: واقع السياحة بولاية - جيجل - 66

| | |
|---|----|
| المطلب الأول: أنواع السياحة بولاية -جيجل- | 66 |
| المطلب الثاني: المؤشرات السياحية بولاية -جيجل- | 66 |
| المطلب الثالث: التأطير المحلي للنشاط السياحي بولاية -جيجل- | 69 |
| المبحث الثالث: تمويل النشاط السياحي بولاية -جيجل- | 71 |
| المطلب الأول: مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار ANDI-جيجل - في تمويل النشاط السياحي | 71 |
| المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ-جيجل - في تمويل النشاط السياحي | 75 |
| المطلب الثالث: بعض المقاربات لحل إشكالية تمويل الاستثمارات السياحية بولاية -جيجل- | 83 |
| خلاصة الفصل | 85 |
| الخاتمة | 87 |
| قائمة المراجع | 91 |
| الملاحق | |
| الملخص | |



مقدمة

تعد السياحة من أسرع القطاعات نموا في القرن الواحد والعشرين، منحيتها المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات من العملات الأجنبية وخلق فرص العمل. ووفقا للمنظمة العالمية للسياحة فقد أظهرت أعداد السياح الوافدين نموا ثابتا تقريبا، حيث بلغ عدد السياح 935 مليون سائح في عام 2010 وتتوقع المنظمة العالمية للسياحة أن أعداد السياح الوافدين سيصل إلى نحو 1.6 مليار سائح بحلول 2020 ويمكن تطوير القطاع السياحي وذلك من خلال التأثير المتبادل مع القطاعات الاقتصادية الأخرى بتحضير استثمارات وصناعات إضافية فيها .

ويعتبر الاستثمار السياحي الركيزة الأساسية التي تركز عليها الدول في تطوير السياحة، لكونه أداة فعالة في تحقيق التنمية في القطاع السياحي، ويتأثر الاستثمار السياحي بحجم التسهيلات والخدمات المقدمة والبيئة الاستثمارية الملائمة والمشجعة، والبنية التحتية المتوفرة الضرورية لمزاولة النشاط .

تطمح الجزائر إلبدخول السوق السياحية وجعلها واحدة من الأولويات القومية وتحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى، وذلك من خلال تطبيق إستراتيجية حكيمة وطموحة وفعالة تركز من جهة على التجارب الناجحة في البلدان المطلة على حوض البحر الأبيض المتوسط وتركز من جهة أخرى على الترتيبات الوجيهة الواردة في ميثاق السياحة المستدامة، والتي ينبغي أن تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل.

تعاني الهياكل السياحية في الجزائر من عدة مشكلات تأتي في مقدمتها مشكل التمويل وهذا نظرا لعدة أسباب نذكر منها مشكل العقار السياحي بالإضافة إلى نقص الإشهار والإعلانات الخاصة في مجال السياحة، وكذلك عدم وجود تحفيزا مالية خاص بالمستثمرين في هذا القطاع حيث أن المشاريع السياحية تتطلب استثمارات ضخمة وبأسعار فائدة مرتفعة والتي تعد أحد المشاكل التي تخول وصول المستثمرين إلى مناطق التوسع السياحي.

تعتبر ولاية جيجل من أهم الولايات السياحية في الجزائر والتي تحتل موقع إستراتيجي هاما لما تملكه من مقومات سياحية إلا أنها تعاني من عدة مشكلات في تمويل استثماراتها السياحية وهذا راجع إلى عدة مشاكل سيتم التعرف عليها خلال دراستنا .

1- الإشكالية

وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

* ماهي المشاكل التي تعترض تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر بصفة عامة وفي ولاية

جيجل بصفة خاصة؟

- ينبثق عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

* ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟

* ماهي الصعوبات التي تواجه تمويل القطاع السياحي بالجزائر؟

* ماهو واقع تمويل الاستثمار السياحي بولاية جيجل؟

2- الفرضيات

لمعالجة التساؤلات قمنا بصياغة الفرضيات التالية :

* توفر المقومات السياحية يعتبر محددًا أساسيًا للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر .

* يعتبر القيد المالي من أهم العوامل التي تعيق بعث وتطوير الاستثمار السياحي في الجزائر.

* ضعف الاستثمار السياحي بولاية جيجل يعود إلى محدودية أدوات التمويل.

3- أهداف الدراسة

تتمثل فيما يلي :

* معرفة واقع القطاع السياحي في الجزائر.

* التعرف على كيفية تمويل الاستثمارات السياحية بالولاية .

* التعرف على الصعوبات والمشاكل التي تواجه تمويل الاستثمارات في المجال السياحي في الجزائر

وفي ولاية جيجل.

* التعرف على بعض الهيئات الممولة للاستثمار السياحي بولاية جيجل .

4- أسباب اختيار الموضوع

* ارتباط الموضوع بمجال التخصص اقتصاد وتسيير سياحي .

* الرغبة الشخصية لدراسة هذا الموضوع.

* قلة الدراسات والابحاث التي تناولت موضوع تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر.

5- تحديد الإطار الزمني والمكاني

- الإطار المكاني :اعتمدت هذه الدراسة حالة ولاية -جيجل - .

الإطار الزمني :أجريت هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي في الفترة الممتدة من فيفري 2016 إلى

غاية ماي 2017.

6- منهج وأدوات الدراسة

- منهج الدراسة

من أجل تحليل هذا الموضوع تم الاستناد في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري وذلك من خلال التطرق إلى مجموعة من التعاريف والمفاهيم المتعلقة بكل من التمويل والسياحة والاستثمار السياحي وكذلك تعرفنا على واقع القطاع السياحي بالجزائر وآفاق ومتطلبات تطويره ، ولكي لا تكون الدراسة مجردة من الجانب التطبيقي قمنا بدراسة والتعرف على هيئتين على مستوى الولاية هما : الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار وكذلك الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب وهذا للتعرف على الاستثمارات الممولة من طرفها حيث قمنا بجمع الإحصائيات والبيانات ومعالجتها مركزين على الصعوبات التي تواجه تمويل الاستثمارات السياحية بالولاية بالإضافة إلى معرفة بعض الاقتراحات والحلول .

- أدوات الدراسة: لقد اعتمدنا في إعداد هذه الدراسة على مختلف المصادر المكتبية من أجل تكوين الإطار النظري للدراسة المتمثلة في الكتب ، مذكرات ، ملتقيات ، المجالات ، المواقع الالكترونية ، كما تم الاعتماد على المقابلات والوثائق المتحصل عليها لجمع البيانات والمعلومات .

7- الدراسات السابقة

- سعاد صديقي : دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ،مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، من خلال الدراسة توصلت إلى نتائج نذكر منها:

* نقص الاحترافية والحوافز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي خصوصا في مناطق التوسع السياحي وعدم تهيئته .

* إن تمويل المشاريع السياحية من خلال الهيئات الداعمة للبنوك لا يجعلها تتماشى مع الصيغ التي تتعامل بها البنوك الإسلامية مما يجعلها بعيدة عن هذه الصيغة في التمويل.

- حيزية حاج الله: الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة البليدة الجزائر، 2000، من خلال هذه الدراسة توصلت إلى نتيجة نذكر منها:

* يواجه الاستثمار السياحي في الجزائر مشاكل عديدة تأتي في مقدمتها مشكل تمويل الاستثمارات السياحية، بالإضافة إلى مشكل التمويل .

-عبد القادر بودي:واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2006،توصل إلى نتائج نذكر منها:

*رغم امتلاك الجزائر لمقومات سياحية إلا أن القطاع السياحي لم يحظى بالاهتمام الكافي لنهوض به مقارنة بالدول المجاورة.

8- هيكل الدراسة

قسمنا موضوع الدراسة إلى ثلاثة فصول على النحو التالي:

تطرقنا في الفصل الأول من الجانب النظري: إلى أساسيات حول التمويل والاستثمار السياحي وقسمناه إلى ثلاثة مباحث الأول حول ماهية السياحة والثاني مفاهيم عامة حول التمويل أما الثالث ماهية الاستثمار السياحي وتطرقنا في الفصل الثاني من الجانب النظري: إلى واقع القطاع السياحي في الجزائر ومتطلبات وأفاق تطويره وقسمناه إلى ثلاثة مباحث الأول حول الخصائص الهيكلية والتنموية للقطاع السياحي بالجزائر والثاني تمويل القطاع السياحي في الجزائر على ضوء المخططات التنموية أما الثالث حول آفاق تنمية الاستثمار السياحي في الجزائر أما **الفصل الثالث من الجانب التطبيقي** فكان بعنوان: آليات دعم وتطوير النشاط السياحي من المنظور التمويلي في ولاية جيجل وقسمناه إلى ثلاثة مباحث الأول تقديم ولاية جيجل سياحيا والثاني حول واقع السياحة بولاية جيجل أما الثالث فكان بعنوان تمويل النشاط السياحي بولاية جيجل

9- صعوبات الدراسة

أثناء عملية بحثنا ودراستنا لهذا الموضوع وجهتنا صعوبات نذكر منها:

- صعوبة الحصول على البيانات والإحصائيات اللازمة في مديرية السياحة.
- قلة المراجع المتعلقة بتمويل الاستثمارات السياحية، خاصة فيما يخص ولاية جيجل.
- صعوبة إجراء دراسة الحالة في ولاية جيجل، وقلة التعامل معنا من طرف الجهات المختصة.

الفصل الأول: أساسيات حول التمويل والاستثمار السياحي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التمويل

المبحث الثالث: ماهية الاستثمار السياحي

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر السياحة نشاطا إنسانيا يعتمد على الدوافع وحب المعرفة والاستكشاف والتعلم، وما ينجر عن ذلك من تهذيب للسلوك واكتساب المهارات والمعلومات والإطلاع على المعارف بشتى أنواعها واكتشاف المجاهل في الطبيعة والحضارات المتعاقبة، ومع التطورات السريعة المتلاحقة في المجتمع الدولي المعاصر حدثت تغيرات جذرية في تطور السياحة، ومن ثم في مفهومها، ونتيجة لذلك أصبحت السياحة تمثل مكانة متميزة في حياة المجتمعات وفي اقتصاديات أغلب الدول خاصة المتقدمة منها، ومن الطبيعي أن تستحوذ السياحة على اهتمام أكبر في الأدبيات الحديثة، حيث أصبحت فرعا يحظى بالكثير من الاهتمام في معظم جامعات الدول المتقدمة وفي بعض الدول النامية.

المبحث الأول: ماهية السياحة

بدأت السياحة منذ ظهور الإنسان على وجه الأرض وكانت بسيطة وبدائية في مظاهرها ثم تطورت لتصبح في عصرنا هذا علما وصناعة لها أسس وقواعد وتشريعات تؤثر بصفة مباشرة وغير مباشرة على الدول.

سنحاول التطرق في هذا المبحث إلى مفهوم السياحة وأنواعها والتطرق إلى السوق السياحية وكذلك الأهمية الاقتصادية للسياحة.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

أولاً: تعريف السياحة والسائح

أ- تعريف السياحة

يعود مفهوم السياحة لكلمة رحلة "tour"، ولأول مرة تم استخدام المفهوم "tourisme" سنة 1643 ليدل على السفر أو التجول من مكان لآخر، ويتضمن المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين.⁽¹⁾

- عرف جويرفولر سنة 1905 السياحة على أنها: "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس. وإلى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب، وهذه الاتصالات كانت ثمرة اتساع نطاق الصناعة والتجارة وتقدم وسائل النقل".⁽²⁾

- عرفت المنظمة العالمية للسياحة على أنها: "الأنشطة التي يقوم بها الأفراد أثناء السفر والرحلة وذلك في الأماكن التي تقع خارج عن مكان إقامتهم لفترة متتالية لا تقل عن 24 ساعة ولا تتجاوز السنة للترفيه ولأغراض أخرى ليس لها علاقة بنشاط ربحي في منطقة الزيارة".⁽³⁾

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن مفهوم السياحة له أساسين هما:

الأول: هو انتقال الإنسان من موطنه الأصلي أو مقر عمله إلى دولة أو منطقة أخرى لسبب معين

يرتكز على الانتفاع بوقت الفراغ.

(1) خالد مقابلة: فن الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، دار زهران، عمان، 1999، ص (24).

(2) نعيم الظاهر، وسراب اليأس: مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص (29، 30).

(3) robert laquer : **le tourisme international**, que saisie ?5 Emme presses, universitaire paris, 1993, p(10).

الثاني: فيتمثل في عملية الانتقال تكون مؤقتة وتتجاوز 24 ساعة، أي أن الانتقال لا يكون بهدف الهجرة أو الإقامة الدائمة.

ب- تعريف السائح: تعددت منها التعاريف حول السائح نذكر:

- يعرف السائح على أنه: "زائر يمكث في بلد مختلف عن منطقتة الاعتيادية مدة لا تقل عن 24 ساعة وتكون بأي هدف باستثناء الوظيفة أو العمل لأجر".⁽¹⁾

- كما يعرف أيضا: "السائح هو الفرد الذي ينتقل بطريقة مشروعة إلى أماكن غير إقامته الدائمة لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة لأي هدف كان عادا الحصول عن العمل".⁽²⁾

ثانيا: خصائص السياحة

يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، فهي صناعة متميزة عن غيرها من الأنشطة بمجموعة من الخصائص منها:⁽³⁾

* تعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

* العرض السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد المتنوعة وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات.

* تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان لآخر فهي واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم بها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه.

* الطلب السياحي يتوقف إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح، خاصة أن الطلب السياحي في جملة لا يرتبط بإشباع الحاجات الضرورية بل يرتبط غالبا بإشباع الحاجات الكمالية.

* ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين .

المطلب الثاني: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعا لتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، وقد صنفت أنواع السياحة تبعا للهدف كما يلي:

⁽¹⁾ Perry paye : **le tourisme un phénomène économique**, documentation, français ,paris ,2002 ,p(7)

⁽²⁾ مثنى طه الحواري، إسماعيل محمد الدباغ : **مبادئ السفر والسياحة**، مؤسسة النشر والتوزيع، عمان، 2001، ص(41).

⁽³⁾ برني أيمن : **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك** - دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية-، مذكرة ماجستير، فرع إدارة تسويقية، جامعة بومرداس 2009، ص (47).

أ- **السياحة الترفيهية:** هدفها الرئيسي هو الترفيه والاستجمام والتحرر من روتين العمل اليومي وهذا النوع من السياحة مرتبط بالإجازات المدفوعة الأجر، ويتضمن ممارسة الهوايات المختلفة كالصيد والغوص في البحار والتزلج على الثلوج، كما يتضمن زيارة المناطق الجبلية والصحراوية وشواطئ البحر التي تبعث الهدوء في النفس والراحة والاستقرار. (1)

ب- **السياحة الثقافية:** تهتم بإشباع الرغبة المعرفية والمعلوماتية لدى السائح. حيث أن مجموعة من السياح تهتم بالتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية، كما أن المواقع التي يزورها السائح يأتيها مرة لا يعاود الرجوع إليها مرة أخرى إلا أن يكون برفقة آخرين لتعريفهم بها وتشمل السياحة الثقافية مقومات، المواقع الأثرية والتمتع بالفنون الجميلة، مواقع الأوبرا وكذلك التعرف على حياة الناس، تقاليدهم والمهرجانات الثقافية .

ج- **السياحة الدينية:** وهي السياحة التي تعتمد على زيارة السياح للمواقع المخصصة للشعائر الدينية سواء في الإسلام أو الديانات الأخرى. والتي تستهوي السياح، للتعرف عليها وعلى ما يقام فيها من فعاليات كالمساجد الأثرية، مواقع العبادة القديمة للأديان الأخرى. (2)

د- **السياحة العلاجية:** تهدف للاستفادة من الخصائص الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج والاستشفاء والبحث عن الراحة النفسية. إضافة إلى هذه الأنواع توجد أنواع أخرى كالسياحة الرياضية التي تجمع بين السياحة والرياضية والترفيه، حيث تعتمد على مجموعة من النشاطات الرياضية كأنشطة سباق السيارات، التزحلق على الثلوج... الخ. (3)

المطلب الثالث: السوق السياحية

ونلخص أهم ما يخص السوق السياحية فيما يلي:

أولاً: تعريف السوق السياحية

(1) بوفليح نبيل، تفرورت محمد: دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول الشمال إفريقيا - حالة الجزائر، تونس، المغرب - الملتقى

الوطني الأول حول السياحة في الجزائر، الواقع والآفاق، جامعة البويرة، الجزائر يومي 11- 12 ماي 2010.

(2) عباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص

(31).

(3) Patrick bouchât et marie le brun : **management du tourisme sportif**, qu'est atlantique, paris, 2009,p(15).

مبدئياً السوق السياحية تطلب وتعرض فيها السلع والخدمات العادية فهي جزء من السوق البضائعي العادي أما الجزء الأكبر من هذا السوق فينداول فيه خدمات المواصلات والخدمات الفندقية، يتم بيع وشراء الخدمات مساعدة على ربط العرض السياحي بالطلب السياحي، ويتميز السوق السياحي بوجود منتجات تصرف فقط فيه والتي تعرف بالتحف السياحية، وكباقي الأسواق فإن عامل الزمان والمكان مهم جدا حيث يجب أن تتوفر الظروف الملائمة لتصريف المنتج وهذه الظروف تضمن بقاء السوق في للأجل الطويلة وعدم زواله.⁽¹⁾

يمكن تقسيم السوق السياحية إلى:

- سوق خدمات النقل وهي حسب الإحصائيات تأخذ حوالي 3/2 مجموع القيمة المنفقة.
- سوق الخدمات الفندقية وتتضمن خدمات الطعام والنام والخدمات الإضافية .
- سوق التحف السياحية التي تتعدد أساس من قطاع الصناعات التقليدية والمتاحف.
- السوق المتعلقة بخدمات المصاريف والاتصالات.
- سوق السلع والخدمات العادية التي تتطلب من طرف جميع أنواع المستهلكين.

ثانياً: العرض السياحي

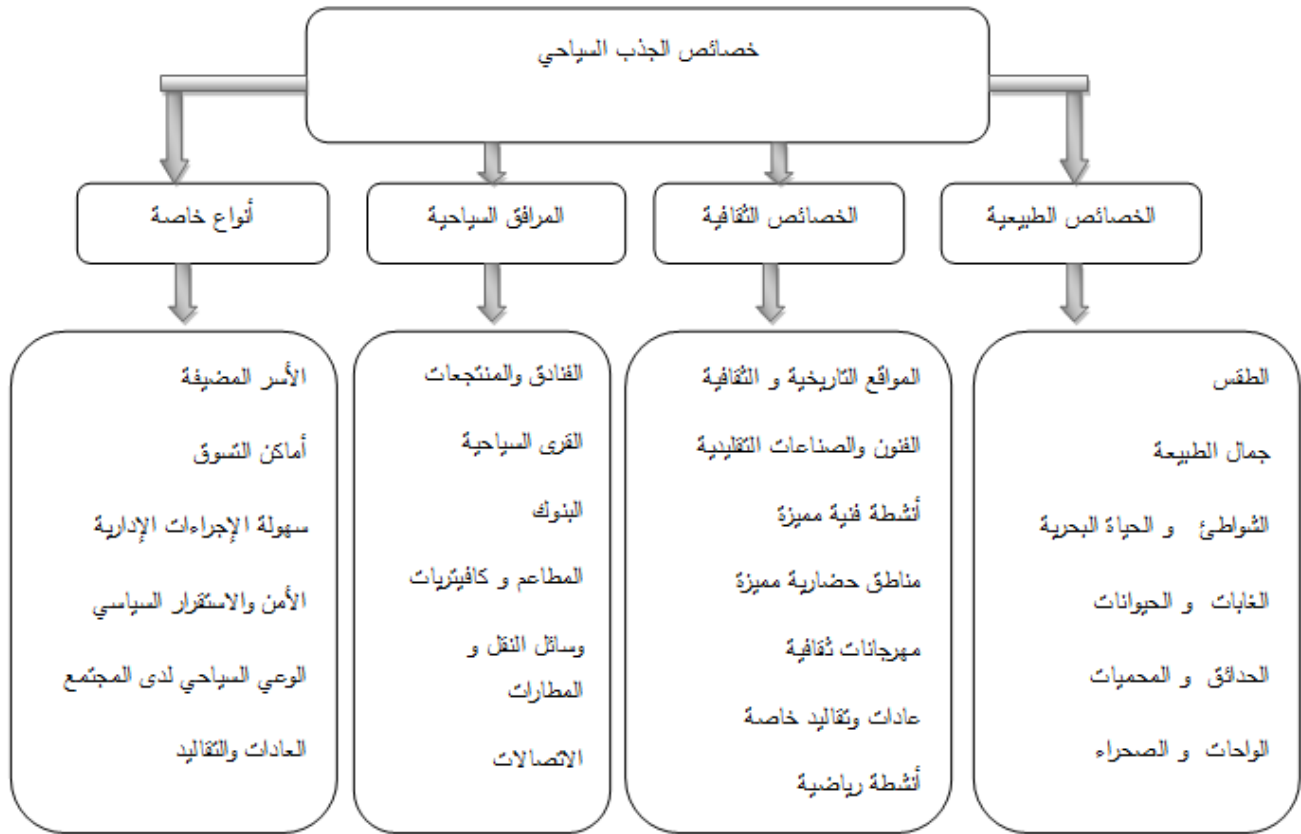
يمثل العرض السياحي مدى الجاهزية والاستعداد لتقديم منتجات سياحية في السوق والتي هي موجهة لإشباع الطلب السياحي، بصورته الكمية يتمثل في حجم السلع والخدمات الذي يمكن أن يصير في لحظة معينة في السوق السياحي، كما يعتبر العرض السياحي في الدول التي تملك قطاع سياحي متطور عن مدى تنافسية الأسعار التي تقدم بها السلع السياحية، والعنصر النوعي يظهر ليس في وجود المنتج فحسب ولكن في الطريقة التي يقدم بها المنتج السياحي والعلاقة التي تنشأ بين العارض ومدى إقناع هذا الأخير بالإقدام على عملية الاستهلاك.⁽²⁾

والعرض السياحي يتكون مما يسمى بعناصر الجذب السياحي ويمكن تلخيصها في الشكل التالي:

⁽¹⁾ ريان درويش: الاستثمارات السياحية، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر، 1997، ص(12).

⁽²⁾ مروان سكر: مختارات في الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار المجدلوي، 1999، ص(15).

الشكل رقم (01): عناصر الجذب السياحي .



المصدر: عثمان محمد غنيم، نبيل أسعد: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل، الطبعة الأولى دار الصفاء، عمان، 1999، ص91.

ثالثاً: الطلب السياحي

الطلب السياحي: يتمثل في مجموع المستهلكين الذين يقبلون أو قد يقبلون على اقتناء المنتج السياحي في شكله المادي وغير المادي، في فترة معينة وفي مكان واحد.

ويتحدد الطلب السياحي في جوانب عدة يمكن إنجازها فيما يلي:⁽¹⁾

أ - **الطبيعة الإنسانية:** أي الرغبة والدافع التي توجد داخل كل إنسان في الحصول على متعة السفر والتغيير وحب الإطلاع.

⁽¹⁾ عثمان محمد غنيم، نبيل سعد: مرجع سبق ذكره، ص(24).

ب- **وقت الفراغ:** وهو الوقت المتبقي للفرد بعد قضاء حاجاته الأساسية، وتبعاً لحجم هذا الوقت وتكرره دورياً يتحدد حجم الطلب السياحي .

ج- **مستوى الدخل للأفراد:** إن مستوى الدخل على المستوى المحلي أو الدولي يحدد حجم الطلب الذي يمكن أن يتجسد فعلياً في منطقة معينة، حيث كل ما زاد الادخار يزداد الطلب السياحي.

د- **عوامل أخرى:** تحدد حسب الظروف، كالعوامل السياسية، عوامل تغيرات الطقس. ويتحدد حجم الطلب السياحي من الناحية الإحصائية في قطر معين، حسب عدد الحجوزات في الفنادق ومحدد الليالي المبيت في الغرف حسب تنقلات الأفراد وتحركاتهم، التدفقات النقدية بين البلدان المستقبلية للسياح.

المطلب الرابع: الأهمية الاقتصادية للسياحة

تلعب السياحة دوراً مهماً في التنمية والتطوير الاقتصادي، وذلك أنها تؤثر تأثيراً مباشراً على مستويات التشغيل والأجور والإنتاج وأنماط الاستهلاك والاستثمارات وميزان المدفوعات .

أولاً: أثر النشاط السياحي على ميزان المدفوعات

تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بآثارها على ميزان المدفوعات في الدولة، حيث تمثل السياحة جزءاً من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانها ضمن مختلف الصادرات كالتأمينات والمعاملات البنكية، النقل الخارجي.⁽¹⁾

- نجد أن إيرادات السياحة تمثل جزءاً كبيراً من الدخل الوطني لبلدان كثيرة مثل إيطاليا وإسبانيا، اليونان حيث وصلت حصتها 12 بالمائة من الناتج الوطني الخام العالمي سنة 2000 إن خدمات السياحة تتدرج حساب التجارة، غير المنظورة أي حركة الخدمات تحت تسمية السياحة أو السفر، والتي بدورها عنصر من ميزان العمليات أي حركة الخدمات تحت تسمية السياحة أو السفر والتي بدورها عنصر من ميزان العمليات الجارية ويعد إنفاق غير المقيمين إيرادات يقيد في الجانب الدائن، ويمثل صادرات للخدمات والأنشطة السياحية .

- وحسب أهمية القطاع داخل الاقتصاد يمكن أن يخصص ميزان خاص، الميزان السياحي الذي يبين الرصيد النشاط السياحي في الميزان المدفوعات الجاري ويتوسع الحساب بحيث يشمل عائدات الاستثمارات السياحية من أرباح أو فوائد والضرائب.

(1) شبايبيكي حفيفة مليكه: موقع السياحة في الاقتصاد الوطني، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، عدد 16 ديسمبر، 2001، ص(185).

ثانياً: أثر النشاط السياحي على التشغيل

يشكل التشغيل هاجسا لدى المقررين في أي دولة، ومن تم فإن خلق الوظائف يترتب عليه الانصراف إلى القطاعات التي يمكن أن تمتص حجم مهم من البطالة. وتؤثر السياحة تأثيرا كبيرا وواضحا على زيادة التوظيف، حيث أنها تعتبر نشاط مركب تشمل الكثير من الصناعات وأوجه الخدمات والعمليات التجارية التي لا تزال تعتمد على الإنسان اعتمادا أساسيا .

- كما ترتبط السياحة بالكثير من القطاعات الأخرى كقطاع البناء، الصناعات التقليدية، قطاع البنوك وشركات النقل والتأمين وقد بلغ حجم اليد العاملة في قطاع السياحة على المستوى الدولي 100 مليون منصب شغل مباشر لسنة 1994.(1)

- أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على التشغيل فتبين أنه: (2)

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

* بالنسبة لباقي النشاطات السياحية فإنه تخلق وظائف جديدة بنسبة 75 بالمائة من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي .

* بالنسبة للاقتصاد فإن السياحة تخلق وظائف جديدة 275 وظيفة لكل غرفة فندقية فإذا خطط لإنجاز 1000 غرفة فندقية جديدة .

ثالثاً: أثر النشاط السياحي على إعادة توزيع الدخل

تعتبر مشكلة توزيع الدخل وإعادة توزيعها واحدة من المشكلات التي تواجهها السياسات الحكومية في المجال الاقتصادية والاجتماعي، بسبب تركز الثروة لدى الأفراد على حساب الآخرين. تلجأ الحكومة إلى استخدام أدواتها التقليدية مثل: الضرائب ويمكن الاعتماد على السياحة في إعادة توزيع الدخل إذ أنها تؤدي إلى تطوير وتنمية المناطق المعزولة التي تتوفر فيها المزايا الطبيعية والمناخية، كالشواطئ، الجبال والصحاري، حيث عادة ما تكون هذه المناطق محرومة من التنمية .

* تهدف السياحة المستدامة إلى الاستغلال المستمر للموارد الطبيعية وتقليص الآثار السلبية على

البيئة والبنية الاجتماعية والثقافية، وكذا تعظيم الآثار الإيجابية لهذا النشاط لضمان استمراره في الآجال الطويلة كما أن السياحة المستدامة تهدف إلى ضمان نظام للإنتاج المستمر داخل قطاع السياحة، ويتم تدعيم

(1) François villas : **tourisme mondial**, que sais je ?5^{Emme} édition, paris, presses, universitaires, 1993, p(10).

(2) شبايكي حفيظة مليكة: مرجع سبق ذكره، ص(189).

هذا النظام بتخطيط مكاني وزماني ملائم وتقدير فعلي لحجم الآثار المتوقعة أن تتجر على النشاط السياحي مع الضرورة الحتمية لوجود إجراءات وتنظيمات لتفعيل هذا النشاط .⁽¹⁾

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التمويل

يعتبر التمويل بمختلف مصادره أداة ضرورية لأي اقتصاد، فمن خلال عملية التمويل تضمن المؤسسة مواصلة نشاطها الاقتصادي وجعله أكثر ديناميكية . إذ أن وظيفة التمويل تعتبر من أهم الوظائف داخل أي مؤسسة.

المطلب الأول: مفهوم التمويل

أولاً: تعريف التمويل

- يعرف التمويل عل أنه: "البحث عن الطرق المناسبة للحصول على الأموال واختيار وتقييم تلك الطرق والحصول على المزيج الأفضل بينها بشكل يتناسب كمياً ونوعياً مع احتياجات والتزامات المنشأة".⁽²⁾

- يعرف التمويل أيضاً على أنه: "توفير النقود في الوقت المناسب أي الوقت الذي تكون فيه المؤسسة في أمس الحاجة إلى الأموال، كما يوفر التمويل الوسائل التي تمكن الأفراد والمؤسسات من الإنتاج والاستهلاك وذلك في فترات زمنية معينة".⁽³⁾

* من خلال التعاريف السابقة يمكن القول: أن التمويل يعبر عن مختلف الأنشطة التي تتضمن مختلف الأعمال التي تقوم بها الأفراد والشركات للحصول على النقدية اللازمة للوفاء بالتزامات المستحقة للغير في مواعيد استحقاقه.

ثانياً: أهمية التمويل

- تتمثل أهمية التمويل فيما يلي:⁽⁴⁾
- * تحرير الأموال أو الموارد المالية المجمدة سواء داخل المؤسسة أو خارجها .
- * يساعد على إنجاز مشاريع معطلة وأخرى جديدة والتي بها يزيد الدخل الوطني .
- * يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة من أجل اقتناء واستبدال المعدات .
- * يعتبر التمويل كوسيلة سريعة تستخدمها المؤسسة للخروج من حالة العجز المالي .

(1) Andrea Moler : **statistique pour politique de l'environnement Munich**, pp (207)(208).

(2) هيثم محمد الزعبي: **الإدارة والتحليل المالي** ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص (77).

(3) عمر حسين: **الموسوعة الاقتصادية**، الطبعة الرابعة، الدار الجامعية، مصر، 1995، ص (145).

(4) رابح خوني، رقية حسيني: **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها**، الطبعة الأولى، إيتراك للنشر والتوزيع، الجزائر 2008 ص ص (96، 97).

* يساهم في ربط الهيئات والمؤسسات المالية والتمويل الدولي.

- ونظرا لأهمية التمويل فقراره يعتبر من القرارات الأساسية التي يجبر أن تعتني بها المؤسسة ذلك أنها المحدد لكفاءة متخذي القرارات المالية من خلال بحثهم عن مصادر التمويل اللازمة والموافقة لطبيعة المشروع الاستثماري المستهدف واختيار أحسنها واستخدامها استخداما أمثل.

المطلب الثاني: مصادر التمويل

تنقسم مصادر التمويل إلى نوعين أساسيين هما:

أولاً: مصادر التمويل الداخلية

أ- **التمويل الذاتي:** هو وسيلة تمويلية جد هامة وهي أكثر استخداما بحيث يسمح للمؤسسة بتمويل نشاطها بنفسها دون اللجوء إلى عمل آخر. (1)

- يشمل التمويل الذاتي على النقائص النقدي المتولد من العمليات الجارية وكذلك ثمن بيع الأصول الثابتة، ومع ذلك نستطيع التمييز بين نوعين من التمويل الذاتي: (2)

* النوع الأول: التمويل الذاتي من خلال المحافظة على الطاقة الإنتاجية.

* النوع الثاني: التمويل الذاتي بهدف التوسع نشاط المنشأة الاستثمارية.

ب- **الموارد العائلية:** من أجل حل مشكلة التمويل لدى أي شخص فإنه قد يلجأ أقاربه وأهله والذين يوفرون له الأموال التي يحتاجها لإقامة مشروعه، نظرا لما يتميز به هذا المصدر من بساطة وسهولة في الحصول على الأموال رغم أنه قد يواجه بعض المشاكل المرتبطة بكيفية تسديدها وإعادتها لهم لأنه إذا لم يحقق أرباحا وخسر مشروعه فإن ذلك يجعل أصحاب الأموال يسعون إلى استردادها، وبذلك يتدخلون في شؤون المنشأة وقد يفرضون قراراتهم على مالكةا، خاصة وأنه لا يتوفر لديهم الخبرة الكافية لذلك وقد تكون هذه القرارات غير صائبة وبالتالي فإنها سوف تؤدي إلى فشل المشروع والتأثير على نجاحه.

(1) عبد الغفار حنفي: الإدارة المالية المعاصرة مدخل اتخاذ القرار، مطابع الأمل، الدار الجامعية، بيروت، 1990، ص ص: (489-490).

(2) محمد إبراهيم عبد الرحيم: اقتصاديات الاستثمارات والتمويل والتحليل المالي، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص (22).

- إذا كانت مصادر التمويل الذاتية والعائلية غير كافية لتغطية المتطلبات المالية للمنشأة فإنها تلجأ إلى مصادر خارجية للحصول على الأموال. (1)

ثانياً: مصادر التمويل الخارجية

أ- التمويل من البنوك التجارية: للبنوك دوراً أساسياً في إمداد الاقتصاد بالأموال اللازمة، وذلك عن طريق تجميع الأموال من مصادر الادخار المختلفة ثم توزيعها على مجالات الاستثمار المختلفة وفق أسس وقواعد معينة فالبنوك تقوم باستثمار الأموال وذلك يمنحها على شكل قروض للعملاء لإنشاء مختلف الاستثمارات سواء كانت جديدة أو من أجل تطويرها.

1- تعريف البنوك التجارية

- تعرف البنوك التجارية على أنها: نوع من أنواع المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان، والبنك التجاري بهذا المفهوم يعتبر وسيطاً بين أولئك الذين لديهم أموال فائضة وبين أولئك الذين يحتاجون لذلك الأموال. (2)

2- أنواع القروض

يمكن تصنيف القروض التي تمنحها البنوك إلى عدة معايير منها: (3)

- تصنيف القروض حسب النشاط الممول

القروض الاستهلاكية: من القروض الموجهة للحصول على السلع الاستهلاكية الشخصي أو الدفع مصاريف مفاجئة لا يتحملها الدخل الحالي للمقترضين، ويتم سدادها من الدخل المقترض في المستقبل أو تصفية ممتلكاته ويقدم ضمانات لها مثل: ضمان شخصي، رهن عقاري.. الخ.

القروض الإنتاجية: وهي القروض التي تمنح بغرض تمويل الأصول الثابتة للمشروع، كما يستعمل

لدعم الطاقات الإنتاجية لها بواسطة تمويل شراء مهمات الصنع والموارد الأولية للعملية الإنتاجية.

- تصنيف القروض من حيث الغرض

القروض التجارية: هي القروض الممنوحة للأجل قصيرة للتجار لتمويل عملياتها الإنتاجية والتجارية

وتفضل البنوك هذا النوع من القروض لملائمة طبيعتها كما تحصل البنوك على ضمانات لتلك القروض.

(1) سعاد صديقي: دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص، (69).

(2) سامر جلدة: البنوك التجارية والتسويق المصرفي، الطبعة الثانية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص (14).

(3) عبد الحميد عبد المطلب: البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص ص (113-117).

القروض الاستثمارية: تمنح هذه القروض لبنوك وشركات الاستثمار لتمويل اكتتابها في سندات واسهم جديدة وأيضا تمنح للأفراد لتمويل جزء من مشترياتهم للأوراق المالية ومشروعاتهم الاستثمارية.

- تصنيف القروض حسب الأجل

القروض طويلة الأجل: يوجه هذا النوع من القروض للمنشآت التي تحتاج إلى تمويل الاستثمارات مثل الحصول على العقارات، أراضي، منشآت.. الخ، والتي تفوق مدتها سبع سنوات ويمكن أن يمتد أحيانا إلى غاية عشرين سنة.

القروض متوسطة الأجل: تتراوح آجالها بين سنة وخمس سنوات، وتمنح غرض تمويل الأنشطة الاستثمارية وخاصة بعض العمليات الرأسمالية للمشروعات، وعادة ما تكون هذه القروض مكفولة بضمان معين ويتم سدادها على دفعات من أجل حماية كل من المقرض من خطر الانقطاع المفاجئ للمدين عن التسديد لأسباب مالية. (1)

القروض القصيرة الأجل: تمثل القروض القصيرة في معظم القروض التي تمنحها البنوك التجارية وتعد من أفضل أنواع التوظيف لديها مدتها عادة لا تزيد عن السنة وتستخدم أساسا في تمويل النشاط الجاري للمنشآت وقد تحدد برنامج زمني لتسديدها، بحيث تحل تدريجيا محلها موارد العملاء الذاتية. (2)

ب- الأسواق المالية

1- تعريف الأسواق المالية: هي المكان أو الوسيلة التي يتم من خلالها الجمع بين الطلب على الأموال أو العرض على الأموال، سواء كان ذلك بالاتصال المباشر أو غير مباشر عن طريق السماسرة أو الشركات العاملة في هذا المجال. (3)

2- شروط قيام الأسواق المالية

(1) الطاهر لطرش: **تقنيات البنوك**، الطبعة السابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، 2011، ص ص (74، 75).

(2) صلاح الدين حسن السبسي: **القطاع المصرفي والاقتصاد الوطن**، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص (38).

(3) محمد المبروك أبو زيد: **التحليل المالي لشركات وأسواق مالية**، الطبعة الثانية، الرياض، 2009، ص ص (253، 254).

لقيام الأسواق المالية يجب توافر مجموعة من الشروط من أهمها: (1)

- يجب أن تكون الأوراق المالية قابلة للتداول.
- يجب أن تتسم الأوراق المالية بالمرونة الكافية لسهولة انتقال ملكية الأوراق من مشروع لآخر.
- يجب أن تتحقق في هذه الأسواق عنصر المنافسة الحرة بين العرض والطلب لتكون أسواق متوازنة.
- توافر الحرية الاقتصادية حتى تمكن سوق الأوراق المالية من القيام بدورها.

3- وظائف الأسواق المالية

- توفير التمويل المناسب والطويل للمستثمرين والشركات بتكلفة أقل من تكلفة الإقراض من البنوك.
- يمثل السوق المالي وسيطا ماليا بين الأفراد والمؤسسات المالية وشركات الأعمال والخدمات، ولذلك يمثل مرحلة من مراحل نمو النظام المصرفي.
- تعتبر أسواق الأوراق المالية من السوق المالي من الضمانات الجيدة والمقبولة عند منح القروض لدى البنوك.

المطلب الثالث: خطوات التمويل

تتمثل خطوات التمويل فيما يلي: (2)

- أ- **تعرف على الاحتياجات المالية للمنشأة:** فعلى المؤسسة أن تتعرف باستمرار على الاحتياجات المالية في الفترة الحالية والفترة المستقبلية، بعد ذلك يجب ترتيب هذه الاحتياجات وفق أولوياتها وأهميتها لكي يتم النظر فيها وهذا الأمر يتطلب من المخطط المالي أن يضع خطة مالية تتسم بالمرونة ومكانية التفسير
- إن التعرف على الاحتياجات لا يتم فقط عند تأسيس وبداية عمل المشروع فحسب وإنما يستمر أيضا إن كان هناك مستجدات يخضع لها المشروع باستمرار ولا بد من دراسة ما تحتاج إليه المؤسسة من أموال لتغطية تلك الاحتياجات.
- ب- **تحديد حجم الأموال المطلوبة:** بعد أن يتم التعرف على الاحتياجات المالية تبدأ عملية تحديد حجم الأموال المطلوبة لتغطية هذه الاحتياجات وهذه الخطوة ليست سهلة لأنه من الصعب تحديد كمية الأموال بالشكل الدقيق، ولهذا لا بد من تحديد حدين للتمويل أي صفقة أو عملية هما الحد الأعلى والحد الأدنى ومحاولة الالتزام بهذين الحدين بالاستناد إلى تكلفة الأصول الرأسمالية.

(1) أحمد أمين عبد العزيز: الأسواق المالية، دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص ص (253، 254).

(2) مصطفى رشيد: اقتصاديات النقود والمصارف، الطبعة السادسة، الإسكندرية، ص ص (446-450).

ج- **تحديد شكل التمويل المرغوب:** قد تلجأ المؤسسة إلى الاعتماد على القروض إلى إصدار بعض الأسهم والسندات وعادة ما يتم تحويل الأنشطة الموسمية بقروض موسمية ذات دفعات موسمية وتجدر الإشارة إلى ضرورة عدم الإسراف في إصدار السندات أو الأسهم .

د- **وضع برنامج زمني للاحتياجات المالية:** بعد أن يتم تحديد الاحتياجات ومقدارها وشكل التمويل فإنه من الأفضل أن يتم وضع خطة أو جدول زمني وأثناء وضعه لابد من الأخذ بعين الاعتبار المدة التي يحتاجها الممول .

و- **وضع وتطوير الخطة التمويلية:** تتضمن الخطة التمويلية النشاطات التي ستحقق بها الأموال والعائدات المتوقعة منها، بالإضافة إلى الضمانات التي تساعد في الحصول على الأموال اللازمة وتجنب المشاكل المتعلقة بالسداد، وأن هذه الخطة تبين أيضاً مقدار التدفقات الداخلة والخارجة، الشيء الذي يطمئن المقرضين على منح أموالهم عندما يعلمون مواعيد استيرادها .

هـ- **تنفيذ الخطة التمويلية والرقابة عليها وتنفيذها:** إن تنفيذ الخطة يتطلب أن تكون موضوعة بشكل جيد قابل للتطبيق، كما يتطلب المتابعة المستمرة وتصحيح الانحرافات الناجمة عن التنفيذ الخاطئ أو أسباب أخرى، ولاشك أن الخطة التمويلية يمكن أن تتقدم، لهذا لابد من العمل على تحديثها وتعديلها وفق المتطلبات الحديثة.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في التمويل وضماناته

أولاً : العوامل المؤثرة في التمويل

من بين العوامل المؤثرة في التمويل ما يلي: (1)

- تكلفة المصادر المختلفة للتمويل، أي أن تكلفة الدينار الواحد من كل مصدر .
- عنصر الملائمة، بمعنى أن يكون مصدر التمويل ملائماً مع المجال الذي تستخدم فيه الأموال .
- وضع السيولة النقدية في المؤسسة لدى اتخاذ القرار، وسياسيتها المتبعة في إدارة هذه السيولة، فإذا كان هذا الوضع حرجاً قد تضطر المؤسسة لتجاوز عامل التكلفة والبحث عن مصادر التمويل طويل الأجل لتجنب عوامل الضغط على السيولة في المستقبل .
- القيود التي يفرضها المقرض على المؤسسة المقرضة والتي تتعلق عادة بالضمانات المقدمة، أو سياسات توزيع الأرباح أو قيود على مصادر تمويل أخرى.

(1) محمد مطر: الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص (277).

- المزايا الضريبية، فمصادر التمويل الخارجي تحقق وفورات ضريبية تخفض من المتوسط المرجح لتكلفة الأموال .

- بقاء سيطرة المالكين الحاليين على المؤسسة من العوامل التي تلعب دورا بارزا في تخطيط مصادر التمويل لهذا السبب كثيرا ما نجد المالكين يفضلون التمويل، عن طريق الاقتراض وصدار الأسهم الممتازة بدلا من إصدار الأسهم العادية.

- قدرة المؤسسة على زيادة أو تخفيض الأموال المقترضة تبعا للتغيرات الرئيسية في الحاجة إلى الأموال، وكذلك تعدد الخيارات المستقبلية المتاحة أمامها.

ثانيا: ضمانات التمويل

من أجل زيادة الاحتياطات قد يلجأ البنك إلى طلب ضمانات كافية من المؤسسات التي تطلب القرض والتي تعتبر ذات أهمية كبرى، وفي الواقع تختلف طبيعة الضمانات التي يطلبها البنك ويمكن تصنيفها إلى صنفين هما: (1)

أ- **الضمانات الشخصية**: الذي يقوم بها الأشخاص والذي بموجبه يسددون الدين في حالة عدم قدرته على الوفاء بالتزاماته في تاريخ الاستحقاق، وعلى هذا الأساس فالضمان الشخصي لا يمكن أن يقوم به المدين شخصيا ولكن يتطلب ذلك تدخل شخص ثالث للقيام بدور الضامن، ويمكن تمييز نوعيين من الضمانات الشخصية هما: الكفالة والضمان الاحتياطي .

* **الكفالة**: هي نوع من الضمانات الشخصية التي يلتزم بموجبها شخص معين بتنفيذ التزامات المدين إذا لم يستطيع الوفاء بهذه الالتزامات عند حلول آجال الاستحقاق.

ونظرا لأهمية الكفالة كضمان شخصي ينبغي أن يعطى له اهتمام كبير ويتطلب أن يكون ذلك مكتوبا ومتضمنا طبيعة الالتزام بدقة ووضوح، ومن جهة أخرى تجبر الأنظمة المختلفة البنوك على ضرورة إعلام المدين بمبلغ الدين محل الالتزام وأجاله، وذلك خلال كل فترة معينة وهذا لتفادي الكثير من المنازعات الناجمة عن سوء التفاهم بين البنوك والعملاء.

* **الضمان الاحتياطي**: يعتبر من بين الضمانات الشخصية على القروض ويمكن تعريفه على أنه التزام مكتوب من طرف شخص معين يتعهد بموجبه على تسديد مبلغ ورقة تجارية أو جزء منه في حالة عدم قدرة الموقعين عليها على التسديد، ويختلف عن الكفالة كونه يطبق فقط في حالة الديون المرتبطة بالأوراق

(1) الطاهر لطرش: مرجع سبق ذكره ص ص (165-172).

التجارية والأوراق التجارية التي يسري عليها هذا النوع من الضمان: السند لأمر، السفتجة، والشيكات والهدف من هذه العملية هو ضمان تحصيل الورقة في تاريخ الاستحقاق.

ب- الضمانات الحقيقية

ترتكز الضمانات الحقيقية على موضوع الشيء المقدم للضمان، وتتمثل هذه الضمانات في قائمة واسعة من السلع والتجهيزات والعقارات يصعب تحديدها هنا وتعطي هذه الأشياء على سبيل الرهن وليس على سبيل تحويل الملكية، وذلك من أجل ضمان استرداد القرض، ويمكن أن يأخذ هذا النوع من الضمان شكلين هما الرهن الحيازي والرهن العقاري .

1- الرهن الحيازي: ويتقسم إلى نوعين :

- الرهن الحيازي للأدوات والمعدات الخاصة بالتجهيز: يسري هذا النوع على الأثاث والأدوات ومعدات التجهيز، كما ينبغي عليه التأكد من البضاعة المرهونة غير قابلة للتلف وأن لا تكون قيمتها معرضة للتغيير بفعل تغيرات الأسعار.

- الرهن الحيازي للمحل التجاري: يتكون من عناصر عديدة ومن بين هذه العناصر نجد على وجه الخصوص عنوان المحل التجاري والاسم التجاري والحق في الإجازة، الأثاث التجاري، المعدات، الآلات وبراءات الاختراع والرخص والعلامات التجارية، والرسوم والنماذج الصناعية... الخ، ولكن إن لم يشمل عقد الرهن الحيازي المحل التجاري وبشكل دقيق وصريح أي العناصر التي تكون محلا للرهن فإنه في هذه الحالة لا يكون شاملا إلا عنوان المحل التجاري والحق في الإجازة والزبائن والشهرة التجارية .

2- الرهن العقاري: هو عبارة عن عقد يكتسب بموجبه الدائن حقا عينيا على العقار لوفاء بدينه ويمكن له أن يستوفي دينه من ثمن ذلك العقار، وفي الحقيقة لا يتم الرهن إلى على العقار الذي يستوفي بعض الشروط التي تعطي للرهن مضمون حقيقي، أما العقار ينبغي أن يكون صالحا للتعامل فيه وقابل للبيع في المزاد العلني كما يجب أن يكون معيناً بدقة من حيث طبيعته وموقعه وذلك في عقد الرهن أو في عقد رسمي لاحق، وما لم تتوفى هذه الشروط فإن الرهن يكون باطلا.

المبحث الثالث: ماهية الاستثمار السياحي

يعد الاستثمار السياحي من أهم الأنشطة في الاقتصاد عامة والقطاع السياحي خاصة والذي يتيح فرصا استثمارية ترفع القدرة على المنافسة في سوق سياحية عالمية، وتحقيق عوائد سياحية معتبرة ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى الاستثمار من خلال مفهومه، أنواعه، محدداته، معوقاته وكذلك صناعة السياحة.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي.

أولاً: تعريف الاستثمار السياحي.

- يعرف على أنه: " التنمية الاستثمارية للسياحة التي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير فرص للمستقبل، والقواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تحقق متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة. "(1)

- ويمكن تعريفه أيضا على: " أنه مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمارات في مجال السياحة إلى جانب قوة المنتج المعروض وحجم الطلب عليه في مدى السوق السياحية العالمية. "(2)

- من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الاستثمار السياحي: هو عملية استخدام رؤوس أموال لخلق أو ترمين منتج سياحي أو خدمة ترد ضمن عناصر الجذب السياحي بهدف تسويقها وتحقيق عوائد على رؤوس الأموال المستغلة .

ثانياً: خصائص الاستثمار السياحي: تتمثل خصائص الاستثمار السياحي فيما يلي: (3)

- تتميز المشاريع السياحية بعدم المرونة ونظراً للطابع الموسمي للسياحة، فإن ذلك يؤثر سلباً على الرغبة في الاستثمار السياحي من أصحاب رؤوس الأموال الصغيرة والمتوسطة، حيث لا يمكنهم أن يجمدوا رؤوس أموالهم لمدة معينة عكس الدولة أو أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة الذين يمكنهم العمل على بعض المخاطر كموسمية النشاط السياحي .

- تؤثر التشريعات والقوانين المنظمة للاستثمار في أي دولة على الاستثمار السياحي، فبقدر مرونة التشريعات تكون المشاريع الاستثمارية السياحية مرنة ونقل بقدر التعقيدات والعراقيل التي تكبح العملية الاستثمارية .

(1) رعد مجيد عبد الغاني: الاستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص(19).

(2) حمزة العرابي، إيمان نواره : التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية، الملتقى العلمي الدولي حول الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من تجارب الدولية الرائدة، جامعة جيجل، يومي 10/09 نوفمبر 2016، ص (6).

(3) الطيب الدوايدي، عبد الحفيظ مسكين: الاستثمار السياحي في المناطق السياحية، دراسة حالة ولاية جيجل، ورقة بحثية، الملتقى الدولي بعنوان الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، يومي 27/26 نوفمبر، 2014، المركز الجامعي، تيبازة، ص (8).

- الاستثمار السياحي مرتبط بالخطة العامة للتنمية .
- تعد المشاريع السياحية من أكثر المشاريع جلبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين، حيث أن الاستثمار السياحي تتعدد مجالاته مثل: أماكن الإيواء الفندقي، القرى السياحية، أماكن الترفيه، المراكز الرياضية والمطاعم .. الخ.
- وجود تكامل بين المشروعات واستثمارات القطاع السياحي والمشروعات الأخرى، كمشروعات البنية التحتية، الاستثمار في قطاع الصناعات .. الخ.

المطلب الثاني: أنواع الاستثمار السياحي

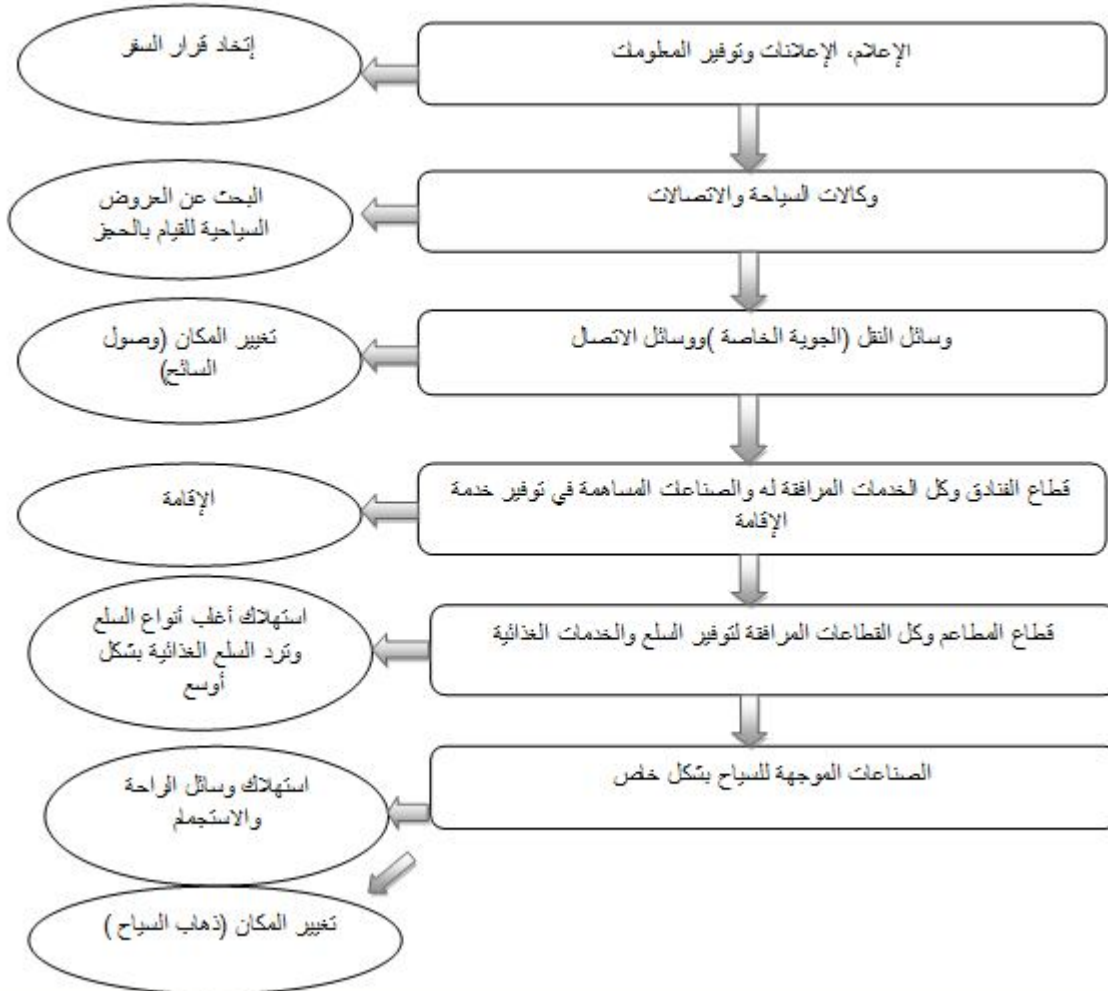
هناك عدة أنواع للاستثمار السياحي من أهمها: (1)

- أ- **الاستثمار في وسائل الإقامة السياحية:** والتي تعرف بأماكن الإيواء السياحي، وتضم الفنادق، القرى السياحية بمختلف أنواعها، المخيمات، الشقق الفندقية، المنتجعات السياحية.. الخ.
- ب- **الاستثمار في النقل السياحي:** وهذا النوع من الاستثمار له أهمية كبيرة باعتبار أن المنتج السياحي لا ينقل بل يستوجب حضور السائح إلى عين المكان، فالارتباط وثيق بين النقل وصناعة السياحة حيث أن التطورات الكبيرة التي عرفتتها صناعة السياحة كانت نتيجة للتطور التي عرفتتها صناعة النقل (البرية، البحرية، الجوية)، فكان للنقل أثر كبير على ظهور العديد من الدول على خريطة العالم السياحية .
- ج- **وكالات السياحة والأسفار:** وهي عبارة عن استثمارات سياحية تلعب دورا هاما في مجال السياحة والسفر إذ تقوم بتمثيل العديد من موردي الخدمات السياحية، شركات الطيران، الفنادق، خطوط الملاحة وشركات تنظيم الرحلات، ويعتبر مكتب استشارات للعملاء في مجال السفر والسياحة، كما يعتبر كوكيل ومستشار .
- د- **الاستثمار في مجال الموارد البشرية:** ويكون هذا الاستثمار من خلال إقامة برامج التعليم، التدريب التكوين للأفراد القائمين على النشاط السياحي ومقدمي الخدمات السياحية وتحفيزهم والاهتمام بهم .. الخ ومن بين أنواع هذا الاستثمار الإرشاد السياحي الذي يعتبر من الأنشطة المكملة للنشاط السياحي، إذ يتطلب كفاءة علمية، مهنية، فنية وخبرة كافية في الإلمام بالجوانب التاريخية، الجغرافية، الطبيعية الحضارية، وإيجاد اللغات الأجنبية المتعارف عليها عالميا، فالنشاط السياحي بدون مرشد سياحي يفقد أهميته .
- و- **الاستثمار في منشآت الترفيه السياحي:** يعتبر الترفيه من المكونات الرئيسية للنشاط السياحي ومن أمثلة الاستثمارات في مجال الترفيه نجد: الحدائق، المحميات الطبيعية، الشواطئ، ألعاب السرك.

(1) عبد العزيز ماهر: صناعة السياحة، دار زهران، عمان، 2008، ص ص(44، 45).

المطلب الثالث: مراحل الصناعة السياحية

الشكل (02): مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المتدخلة



Source : Andrea Moler, **statistiques pour la politique de l'environnement**, Munich : DWIF, 2000, P,207

يوضح الشكل (03) أهم مراحل الصناعة السياحية وجميع القطاعات المشاركة فيها:

- في البداية تتدخل صناعة الإعلام وذلك لتوصيل المعلومات اللازمة للسائح المحتمل، وهذا لمحاولة إقناعه من حيث التكلفة ونوعية المنتج السياحي ونوعية الخدمات المرفقة
- المرحلة الثانية تتدخل صناعة الوكالات السياحية والاتصالات والعلاقات مع الأقاليم الموردة للسياح، وهذا لتحويل الطلب السياحي من محتمل إلى طلب سياحي حقيقي، وذلك لاختيار الوجهة والقيام بالحجز بأسهل طريقة ممكنة لكسب ثقة السائح.
- المرحلة الثالثة يتدخل قطاع النقل بتواجد المنتج السياحي والمستهلك في المكان والوقت المناسب وهنا ينتقل السائح من بلده إلى مكان عرض السياحي.

- المرحلة الرابعة يتدخل الفنادق وكل الخدمات المرافقة له، وتكون هذه المساعدة مباشرة أو غير مباشرة وذلك لتوفير الإقامة والراحة للسائح.

- المرحلة الخامسة وهي تابعة للمرحلة الرابعة ويتم الفصل بينهما لإبراز أهمية الطلب من السلع الغذائية، وتتدخل في هذه المرحلة جميع القطاعات المنتجة للسلع الاستهلاكية.

- المرحلة السادسة من خلال تنظيم التظاهرات الثقافية، وتوفير الراحة والاستجمام وكل السلع الكمالية المرافقة لعملية الاستجمام.

المراحل السابقة ليست دورية وإنما تكون مستمرة وهذا لتفادي السياحة الموسمية وخلق طلب سياحي حقيقي على مدار السنة بما يتناسب مع عناصر السياحة المتوفرة في الإقليم.

المطلب الرابع: محددات الاستثمار السياحي ومعوقاته

أولاً: محددات الاستثمار السياحي

فضلا عن المحددات الأساسية للنمو السياحي والتي تتمثل في مستوى الدخل وتوزيعه، درجة التحضر مستوى التعليم، الهيكل الاجتماعي.. الخ، فإن هناك محددات تتعلق بأوضاع الدول تتمثل فيما يلي: (1)

أ- **الموقع الجغرافي:** يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المواقع السياحية المختلفة ويعتبر عاملا أساسيا في الصناعة سياحية ناجحة، فإذا كانت النقل من وإلى المنطقة السياحية هنا فالموقع الجغرافي يلعب دورا في الحركة السياحية لاعتبارات التوفير في الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات مع توفير قدر معين من الاطمئنان بوجود عوامل مشتركة .

ب- **طبيعة ومصدر الاستثمارات:** نظرا إلى أن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية والمنشآت السياحية التي تخدم القطاع السياحي، ونظرا لأن الاستثمارات السياحية التي تخدم السياحة مباشرته تتطلب حجم كبير من التمويل لجعل المستثمرين فيها يرتدعون للاعتبارات التالية:

* بقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة تتراوح من 20 إلى 25 سنة، مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة للتغيرات السياسية والاجتماعية.

* موسمية الطلب في المناطق السياحية ينبئ من عدم إمكانية تحقيق معدلات مرتفعة من الأعمال وبالتالي عدم إمكانية تحقيق الأرباح المرجوة.

* إن العائد من الاستثمار في المشاريع السياحية يكون ضئيل، لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات ربح أكبر، ونظرا لطبيعة الاستثمارات في القطاع السياحي كونها تتطلب رؤوس أموال كبيرة

(1) نبيل الروبي : اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، ص(24).

حاولت بعض الدول تقديم قروض طويلة الأجل لتمويل هذه الاستثمارات لتعطي فرصة لأنشطة المستثمرين المحليين مع بقاء الأرباح داخل السوق السياحي المصدرة لإعادة استثمارها.

ج- التنظيم السياحي الفعال: يتميز السوق السياحي في الوقت الحاضر باتساع الطلب العالمي وتنوعه وكذا بعرض مماثل تشتد فيه حدة المنافسة، كل هذا يتطلب تنظيم جيد وفعال من أجل تطوير السياحة . ويختلف هيكل التنظيم تبعاً للأهمية التي توليها الدولة للقطاع السياحي ومدى مساهمة القطاع الخاص وملائمة الظروف السياسية في البلد حيث يمكن للقطاع السياحي أن ينمو، إذا كان في إطار تنظيمات حكومية وشبه حكومي ولا يوجد نموذج واحد يمكن أن يعتمد عليه في عملية التنظيم السياحي ولكن ما يهم بصفة أساسية هو إعداد جهاز سياحي له الإمكانيات ليقوم بدور فعال في التنمية السياحية.

د- التخطيط السياحي الفعال: يعمل على تنظيم الظروف التي تؤدي إلى تنمية سياحية، وهو عبارة عن وسيلة علمية منظمة ومستمرة تتضمن رسم صورة تقديرية للمستقبل، ويحصل التخطيط السياحي الواعي من خلال حصر وتعبئة الموارد والطاقات السياحية في المجتمع، ومن ثم استخدامه أفضل استخدام ممكن للوصول إلى تحقيق أكبر معدل ممكن للنمو السياحي. وعلى ذلك فإن التخطيط السياحي ينطوي على تحديد الأهداف، تقدير الموارد، تحديد حجم الاستثمارات ووسائل تمويلها واختيار المشروعات التي تتطلب أهداف الخطة .

و- التسويق السياحي الفعال: يعتبر التسويق السياحي من العوامل المهمة في تشجيع التنمية السياحية وتتضح أهميته من خلال عمله على خلق آليات مستحدثة، والحث على الإبداع والابتكار من خلال الدعاية والإعلان يجعل مستهلك على اتصال دائم بالمنتج السياحي.⁽¹⁾

هـ- تقديم حوافز للمشاريع السياحية: تسعى العديد من الدول إلى تهيئة المناخ المناسب للاستثمار السياحي عن طريق تقديم:

* مساعدات مالية تستهدف تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المشاريع السياحية والفندقية من خلال تقديم إعانات نقدية عينية أو قروض طويلة الأجل بمعدلات فائدة منخفضة.

* تبسيط الإجراءات الإدارية والنقل من العمليات الروتينية في الأوراق والمستندات وتوضيح القوانين

* حوافز جنائية تتعلق بالإعفاءات والتخفيضات الضريبية والجمركية وتنشيط الدخول والخروج

بالمطارات والموانئ.

(1) بوالمرح منيرة، بوسعيد إليهام: إشكالية تمويل الاستثمار السياحي بالجزائر، ورقة بحثية، الملتقى الدولي بعنوان الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، يومي 26 / 27 نوفمبر، 2014، المركز الجامعي تيبازة ص(5).

* مساعدات فنية من خلال دراسات شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع السياحية والفندقية وتكويننا لعاملين في القطاع السياحي لضمان إمداد المشاريع بالكفاءة والفعالية المطلوبة. (1)

- إضافة إلى هذه المحددات توجد محددات أخرى منها: (2)

- **الأمن والاستقرار السياسي:** ويعتبران عاملان أساسيين لقيام السياحة والاستثمار السياحي، حيث أن توفر الأمن يقلل نسبة الخطر وهذا يخلق مناخا ملائما للاستثمار مثلا انخفاض معدل الخطر يخفض من سعر التأمين، وهذا ما يساعد على تخفيض تكاليف الاستثمار السياحي.

- **البيئة الاجتماعية:** تضم البيئة الاجتماعية مجموعة من العادات والتقاليد، التي تشجع أو تعيق النشاط الاقتصادي بالأخص النشاط السياحي.

- **البيئة الاقتصادية:** وتتمثل في مجموع المؤشرات الاجتماعية، الاقتصادية التي تؤثر على القطاع السياحي والاستثمارات كالتضخم، مستوى الدخل، أسعار الفائدة .

ثانيا: معوقات الاستثمار السياحي.

تتمثل معوقات الاستثمار السياحي فيما يلي: (3)

* **النقص في الموارد المالية لدى المستثمرين المحليين بسبب ضآلة المداخل، ومشاكل التمويل المرتبطة بالقطاع المصرفي والمالي .**

* **ارتفاع ضريبة الدخل وعدم توفر خطوط نقل الجوية جديدة، مؤهلة وبأسعار تنافسية تعيق الاستثمار السياحي.**

* **عدم تحسين البنية التحتية .**

* **عدم الاستقرار الأمني والسياسي.**

* **صعوبة وتعقد الإجراءات بما فيها إجراءات التسجيل والحصول على ترخيص لإقامة المشروع**

الاستثماري

* **فوضى العقار بصفة عامة ومشكل العقار السياحي بصفة خاصة، بالإضافة إلى التعدي على مناطق التوسع السياحي.**

(1) عصام حسن السعدي: التسويق والترويج السياحي الفندقي، دار الراية، عمان، 2008، ص (14).

(2) أحمد عبد السمیع علام: علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء للطبع والنشر، الإسكندرية، 2007، ص ص (78-80).

(3) منصور زین : واقع وآفاق سياسة الاستثمار السياحي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 2، جامعة الشلف، بدون سنة نشر، ص (141، 142).

- بالإضافة إلى معوقات أخرى نوجزها فيما يلي:⁽¹⁾

* عدم تحديث الفنادق وأماكن الإقامة المتوفرة، وعدم إضافة خدمات جديدة وتجهيزات وأمور أخرى مكملة للسياحة .

* عدم تأهيل القوى البشرية .

* عدم توافر خطة متكاملة تعيق تأخر الاستثمار، حيث أن كل مستثمر يتردد لعدم وضوح الرؤية لما سيجعل بمساحة الأرض المجاورة للمشروع.

* صعوبة وتعقيد الإجراءات البيروقراطية بما فيها إجراءات تسجيل والحصول على الترخيص .

⁽¹⁾ حيزية حاج الله: الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة البليدة، الجزائر، 2006، ص (65، 66).

خلاصة الفصل

يعد قطاع السياحة من أكثر القطاعات نمواً، وتزداد أهميته لدى أغلب الدول الاقتصادية العالمية في ظل النمو وتحسين الدخل في أغلب الدول وقد بينت الدراسات أن هناك علاقة قوية بين السياحة وحركية دوران النقود وحجم الاستثمارات الإجمالية للدولة، حيث يعد الاستثمار السياحي جزءاً لا يتجزأ منها وهذا الأخير هو عبارة عن مخصصات رؤوس الأموال التي تساهم في تمويل مشاريع القطاع السياحي .

والاستثمارات السياحية تقوم على ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان هما، الضمانات والحوافز كتوفير الاستقرار السياسي الذي يشكل مناخاً ملائماً إلى جانب المحفزات العديدة ومن أهمها القوانين والتشريعات وأيضاً توافر البنية التحتية الملائمة لذلك، مما يسمح بظهور العديد من المنشآت السياحية حيث أن كل واحدة منها تقدم خدمة معينة للسياح في سبيل تحقيق الراحة وتقديم تسهيلات سياحية لخدمتهم.

الفصل الثاني: تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول: الخصائص الهيكلية والتنمية للقطاع السياحي في الجزائر

المبحث الثاني: تمويل القطاع السياحي في الجزائر على ضوء المخططات التنموية

المبحث الثالث: آفاق تنمية الاستثمار السياحي في الجزائر

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات جذبا للاستثمارات، كما يساهم في تطوير القطاعات الأخرى، من خلال العمل على تنمية وتنشيط هذه القطاعات والعمل على كيفية استغلال الإمكانيات السياحية على أحسن وجه من أجل تحقيق التنمية السياحية، وهذا من خلال تكاثف الجهود، ورغم المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر إلا أن القطاع السياحي مازال غارقا في عدة مشاكل، إلا أن الجزائر تسعى جاهدة للنهوض بهذا القطاع .

المبحث الأول: الخصائص الهيكلية والتنموية للقطاع السياحي في الجزائر

في هذا المبحث سيتم التطرق إلى الخصائص الهيكلية والتنموية للقطاع السياحي في الجزائر وذلك من خلال التطرق إلى المقومات السياحية في الجزائر وأنواع السياحة و موقع السياحة في الاقتصاد الجزائري.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

أولاً: المقومات الطبيعية

تتمثل المقومات الطبيعية فيما يلي: (1)

أ- **الموقع والمناخ:** تقع شمال القارة الإفريقية، وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير، يحدها عن الشمال البحر الأبيض المتوسط، من الشرق تونس وليبيا، من الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا، أما من الجنوب فيحدها كل من النيجر ومالي.

تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ هي:

1- **مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب:** يتميز بمعدل درجات حرارة ما بين 25 درجة في الصيف و 11 في الشتاء.

2- **مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا:** يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق ، أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة تصل إلى أكثر من 30 درجة.

3- **مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات:** تتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر أما باقي الأشهر تتميز بمناخ متوسط .

- إن ما تتميز به الجزائر في تنوع من مناخ يساعد على قيام السياحة بها وتنوعها وبالتالي تشجيع الاستثمار.

(1) عيسى مرزاق، محمد الشريف شخشاخ: التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 9 و 10 مارس، 2010، ص ص (8-11).

ب- الساحل الجزائري: وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، وهذا ما يساعد على قيام بعض أنواع السياحة.

ج- المناطق الجبلية: تتميز المناطق الجبلية في الجزائر بوجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والمرتفعات السياحية المختلفة.

د- المناطق الصحراوية: تبلغ مساحة الصحراء حوالي 2 مليون كلم مربع موزعة على خمسة مناطق كبرى وهي: أدرار، إليزي، واد ميزاب، تمنراست وتندوف.

ثانيا: الموارد الثقافية، التاريخية والدينية: تزخر الجزائر بموارد ثقافية متنوعة من أهمها المعالم المصنفة من طرف منظمة اليونسكو والمتمثلة في كل من تيمقاد، تيبازة، جميلة، طاسيلي، قلعة بني حماد/ قصر ميزاب والقصبة.

توالت الجزائر على مر العصور حضارات تركت إرثا ثقافيا وتاريخيا ودينيا، ويمكن ذكر أهم مراحل من خلال الحضارة الرومانية، الحضارة العثمانية، الحضارة الإسبانية ولا ننسى الصناعات التقليدية التظاهرات الثقافية المختلفة اللتان لهما دور في تحسين الصورة السياحية للبلاد.

ثالثا: المقومات المادية

وتتمثل فيما يلي:⁽¹⁾

أ- المواصلات: تعد المواصلات من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل وتحتوي الجزائر على:

1- النقل الجوي: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطار موزعا عبر كامل التراب الوطني أغلبها مطارات دولية، وتغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا وإفريقيا والشرق الأوسط على تخطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية والمناطق الساحلية.

2- النقل البري: يبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

- الطرق الوطنية: 22000 كلم.

- الطرق الولائية: 26000 كلم.

- الطرق الثانوية: 42000 كلم.

⁽¹⁾ هدير عبد القادر : واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها ، مذكرة ماجستير غير منشورة ،كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2006، ص (143).

- الطرق في طور الإنجاز: 3200 كلم وهي خصوصا على الطريق السيار شرق غرب كما تبلغ شبكة السكك الحديدية 4200 كلم تتكون من:
 - 1435 كلم شبكة عادية.
 - 1055 كلم شبكة ضيقة.
 - 305 كلم شبكة مزدوجة.
 - 299 كلم شبكة كهربائية.

ب- الاتصالات: عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية، إذ أصبح الهاتف وشبكة الانترنت سهل المنال خاصة بعد نظام ADSL، وهذا يعبر عن بنية تحتية تساعد على قيام وتطوير القطاع السياحي .

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر.

بفضل تنوع الثروات الطبيعية من حيث تضاريسها ومناخها من منطقة إلى أخرى، أدى ذلك إلى ظهور أنواع كثيرة من السياحة في الجزائر وهي: (1)

أ- السياحة الساحلية: هي أكثر أنواع السياحة انتشارا في الجزائر، بفضل الشريط الساحلي الممتد على مساحة 1200 كلم، ولقد حظي هذا النوع من السياحة بالاهتمام وجهزت بمركبات سياحية ما بين فنادق وبيوت الاصطياف والفيلات الصيفية، وقد اخترت مناطق كبرى من أجل التوسع السياحي وهي غرب مدينة الجزائر: نادي الصنوبر، سيدي فرج، زرالدة وتبازة وفي الشرق: جيجل، عنابة، سرايدي، القل سكيكدة والقالمة.

ب- السياحة الاجتماعية: وتكون هذه السياحة للمحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية بين الأسر والأفراد، ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب وهي منتشرة بكثرة في الجزائر.

ج- السياحة الثقافية: تكاد تنعدم هذه السياحة في الجزائر ولا نجد إقبال كبير عليها من طرف السكان المحليين وتبقى حكرا على السياح الأجانب.

د- السياحة الصحية والمعدنية: تملك الجزائر إمكانات هامة من الحمامات المعدنية والتي تسمح لها باستقلال السياح المهتمين بهذه السياحة بهدف صحي أو الاستحمام والراحة ومن بينها حمامات زلفانة بغرداية، حمام الشلالة بقالمة، حمام الصالحين ببسكرة وهي مركبات سياحية مجهزة بمرافق صحية ومرافق ترفيهية.

(1) سعاد صديقي: مرجع سبق ذكره ، ص ص(112-114).

و- **السياحة في المناطق الريفية:** تعتبر هذه السياحة سلوكا مألوفا لدى الجزائريين حيث تسمح لهم بالتجوال والصيد ... إلخ هذه السياحة مهمة نظرا لأنها تسمح باستغلال الإمكانيات المحلية كالصناعات التقليدية وتغير التحرك السكاني والتخفيف من العزلة هذه الأخيرة التي تنتج عنها آثار سلبية.

هـ- **السياحة الحضارية:** هي سياحة نهاية الأسبوع وترتبط بالسياحة الثقافية كما أنها تحتاج إلى وسائل النقل و الاتصال وتستدعي إنجاز منشآت فندقية، ولقد جهزت في الجزائر عدة مناطق حضرية بفنادق سياحية مثل: فندق الهضاب بسطيف، شيلية بباتنة، السيرتا بقسنطينة، الفندق الكبير بوهران، مرمورة بقالمة.

ي- **السياحة الشبابية:** يتشكل المجتمع الجزائري من نسبة كبيرة ومن الشباب، وهذا ما يسمح بانتشار هذا النوع من السياحة وازدياد الطلب على جولات الترفيه والنشاطات الثقافية والرياضية، ويبدو أنه من الضروري إيجاد الظروف المناسبة لتطورها.

ك- **السياحة الصحراوية:** تمثل السياحة الصحراوية خاصة مميزة تضاف إلى التراث السياحي في الجزائر فالمناطق الصحراوية تتمتع بمناطق جميلة وأثار ونقوش صخرية وهذا ما جعلها قطب سياحي حقيقي لجلب السياح الأجانب، ولقد نشأت في هذه المناطق فنادق نذكر منها: فندق القائد ببوسعادة، الزيبان ببسكرة، وفندق طاهات بتمنراست.

ل- **سياحة المؤتمرات والأعمال:** لقد ظهر هذا النوع من السياحة خاصة بعد تطور وسائل الاتصال وتحرير الاقتصاد، وما نجم عنه من تنظيم الندوات والمؤتمرات، المعارض، الأسواق، والزيارات الشخصية.

المطلب الثالث: موقع السياحة في الاقتصاد الجزائري.

لتشخيص هذه الوضعية سيتم الاعتماد على الإيرادات السياحية، وعدد السكان، وكذلك على مساهمة في التشغيل:⁽¹⁾

(1) فوزية بوصفصاف: تشخيص إستراتيجية التسويق السياحي في الجزائر، مجلة رؤى، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 9 سبتمبر

2015، ص (274).

أولاً: الإيرادات السياحية وعدد السياح الوافدين إلى الجزائر

أ - عدد السياح الوافدين إلى الجزائر:

في الفترة الممتدة من 2000 إلى 2013 تضاعف عدد السياح بنحو 3 مرات من سنة 2000 أين بلغ عدد السياح الوافدين 86600 سائح إلى سنة 2013 أين وصل عدد السياح إلى 2733000 سائح، وهذا راجع إلى عدة أسباب نذكر منها:

- تحسن الظروف الأمنية وعودة الاستقرار وزيادة عدد الوافدين وبذلك زيادة الإنفاق واهتمام الحكومة بهذا القطاع.

- الأوضاع السياسية التي تعيشها بعض الدول العربية، دفع السائح لاختيار الجزائر كوجهة سياحية.

ب - الإيرادات السياحية:

تعتبر الإيرادات السياحية لأي بلد على مدى قدرته على تلبية احتياجات السائح ومقابل ذلك يكون بالإنفاق على مختلف السلع والخدمات فهي ترتبط بشكل كبير بحجم الوافدين.

عرفت الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة انخفاض مقارنة بالإمكانيات المتاحة، فقد بلغ متوسط إجمالي الإيرادات السياحية خلال الفترة (2000- 2014) انخفاضا بنحو 5.44% عن سنة 2013 نتيجة تراجع عدد السياح.

ثانياً: مساهمة السياحة في التشغيل:

يمكن اعتبار التشغيل في المجال السياحي في الجزائر، أنه يتطور عبر الزمن من جهة ومن جهة أخرى تعتبر هذه الأرقام ضعيفة مقارنة بما تملكه من مقومات ولمكانيات.

- عرف عدد العاملين في القطاع السياحي نموا ملحوظا خلال الفترة (2000- 2015)، حيث تضاعف ب 1.6 سنة 2000 أين بلغ 3924 ألف موظف ليصل إلى 6283 ألف موظف سنة 2015 إلا أن الرقم المسجل يبق بعيدا عن الإمكانيات السياحية الكبيرة للجزائر بسبب مراكز للإيواء غير المصنفة والتي تشكل النسبة الأكبر من طاقات للإيواء في الجزائر، حيث أن مناصب التوظيف فيها ضعيفة عكس فنادق 5 نجوم، و 4 نجوم والتي تمتاز بقابلية توظيف أكبر، حيث سجلت سنة 2015، 6283 ألف عامل مباشر وغير مباشر في القطاع السياحي لزيادة قدرها 3.9% عن سنة 2014 التي سجلت نحو 6044 ألف عامل مباشر وغير مباشر⁽¹⁾.

(1) بعابشة نبيل: أهمية القطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الوطني، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2013، 2012، ص (38).

المبحث الثاني: تمويل القطاع السياحي في الجزائر على ضوء المخططات التنموية

إن التعرض للسياسات التمويلية خلال المراحل المختلفة للاقتصاد الجزائري تسمح بتشخيص أكثر وضعية القطاع السياحي، وبالتالي اقتراح السياسات التمويلية على أساس رؤية واضحة لنقاط القوة والضعف لما مر به الاستثمار السياحي من تجارب تنموية.

المطلب الأول: تنمية السياحة خلال الفترة (1967 - 1999)

أولا: المخطط الثلاثي (1967 - 1969م)

خلال هذه المرحلة لم تكن السياحة من القطاعات ذات الأولوية في التنمية الاقتصادية وذلك راجع للنموذج الاقتصادي المتبع آنذاك وللسياسات الاقتصادية المنتهجة، حيث كانت القطاع السياحي لا تتجاوز 2.54 % من مجموعة الاستثمارات والمقدرة ⁽¹⁾ بـ 11078 مليون دج، مما يجسد فكرة أن السياحة لم تحظى بالأولوية في التنمية الاقتصادية، بناء على السياسات والتوجهات الاقتصاد آنذاك والتي كانت ترى أن السياحة قطاعا ثانويا مقارنة بقطاع الصناعة والزراعة، تقرر في هذا المخطط إنشاء 11690 سرير وفق هذا المخطط، لكن لم ينجز منه سوى 2736 سرير فقط، أي بنسبة 23% من المشروع فقط.

(1) عبد القادر بودي: أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي في الجزائر - السياحة في الجنوب الغربي - أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص ص (100:99).

الجدول رقم (01): حصيلة برنامج مخطط الثلاثي من 1967م -1969م.

| العمليات المقررة | عدد الأسرة المبرمجة | النسبة المئوية | عدد الأسرة المنجزة | العجز | |
|---------------------|------------------------|----------------|-----------------------|----------------|------------|
| | | | | النسبة المئوية | عدد الأسرة |
| محطات شاطئية | 6766 | 51.7 | 2406 | 35.5 | 4360 |
| محطات حضرية | 1650 | 12.6 | 254 | 15.4 | 1396 |
| محطات صحراوية | 1818 | 13.9 | 286 | 15.7 | 1532 |
| محطات معدينية | 2847 | 21.8 | 00 | 00 | 2847 |
| المجموع | 13081 | 100 | 2946 | 22.5 | 10135 |

Source : Bilan de développement touristique ministre de tourisme 1977 p(27)

بالنظر إلى الجدول أعلاه يتضح لنا أنه سجل عجز كبير جدا ب 10135 سرير أي ما قيمته

77.5% وهذا مرده إلى تأخر الإنجاز وسوء تحديد المسؤولية الإدارية.

ثانيا: المخطط الرباعي الأول (1970م - 1973م)

بالإضافة إلى ما تبقى من المخطط الثلاثي فإن السلطات المعنية اهتمت بعملية التخطيط للفترة

الجيدة (1970م - 1972م) بحيث تقرر إنجاز محطات سياحية بهدف رفع قدرات الإيواء ما بين

70.000 و 90.000 سرير في نهاية العشرية، بحيث خطط لإنشاء 35000 سرير خلال الفترة

(1970م - 1972م)، ومن أجل ذلك تمت برمجة عشرة مشاريع ذات طابع ساحلي ولحدي عشرة ذات

طابع صحراوي، كما تم تخصيص غلاف يقدر ب700 مليون دج لهذه الاستثمارات، تمثل 2.5% من

مجموعة الميزانية الإجمالية للمخطط، هي نفس النسبة التي كانت في المخطط الثلاثي مما يؤكد استمرار

الاعتماد على قطاع الصناعة.⁽¹⁾

(1) بديعة بوعقلين: الاستثمارات السياحية وشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة

الدكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص ص (102،103).

وقد كانت ترمي الأهداف الفعلية المسطرة في مجال السياحي، إلى استقبال أكثر من مليون سائح قبل نهاية عشرية السبعينيات، ولهذا الغرض تم تخصيص مبلغ 20 مليون من أجل إنجاز 8 حمامات معدنية، وكان توزيع ميزانية القطاع كما يلي:

الجدول رقم (02): توزيع ميزانية السياحة خلال المخطط الرباعي الأول من 1970 م - 1972م

| المشاريع | المبالغ (مليون دج) |
|-------------------------------------|--------------------|
| المشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي | 420 |
| المشاريع الجديدة | 280 |
| دراسة وهياكل قاعدية | 44 |
| إقامات سياحية (فنادق) | 221 |
| النقل السياحي | 15 |

المصدر : عبد القادر هدير: التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية، دراسة حالة الجزائر ، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، 2011، ص (111).

يوضح لنا الجدول أعلاه أن الأولوية أعطيت للمشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي حيث أنها حازت على 60% من مجموعة الميزانية السياحية بينما 40% فقط خصصت للمشاريع الجديدة، وزفي نهاية هذا المخطط لم يتم إنجاز إلا 34.45% من الانجازات المقررة والجدول الآتي يوضح ذلك كما يلي:

الجدول رقم (03): عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب نوع المنتج

السياحي.

| نوع المنتج | الشاطئي | الصحراوي | الحضري | المناخي | المعدني | المجموع |
|------------|---------|----------|--------|---------|---------|---------|
| عدد الأسرة | 4300 | 1250 | 710 | 300 | 300 | 6860 |
| النسبة% | 62.86 | 18.22 | 10.34 | 04.37 | 04.37 | 100 |

المصدر: عبد القادر بودي: مرجع سبق ذكره ص (102).

يتضح لنا من خلال الجدول أن التركيز الأسرة المنجزة كان منحصرا أغلبه في الشواطئ وبنسبة أقل في المناطق الصحراوية ربما يعود هذا إلى طبيعة المناخ الصحراوي الذي يتسم بقساوة العيش فيها نوعا ما، كما أن مجموع الإنجازات المحققة تبقى بعيدة كل البعد عن التقديرات المبرمجة.

يتمثل الاهتمام الذي أولاه المخطط الرباعي الأول لتحقيق توجهات الميثاق السياحي المتمثل في مضاعفة طاقات الإيواء لاستقبال السياح الأجانب، وإتمام ما تبقى من المخطط الثلاثي إضافة إلى: (1)

- توسيع المراكز السياحية التي أنجزت أو التي هي في طور الإنجاز مركب موريتي (زرالدة) الأندلسيات (وهران)، سيدي فرج.

- إعادة تهيئة الصنوبر البحري؛

- تنمية السياحة في تيبازة وبلاد القبائل؛

- إصلاح وتهيئة الفنادق الحضرية وبناء فنادق جديدة؛

- وضع شبكة موسعة للفنادق الصحراوية؛

- إنجاز ثمانية حمامات معدنية خصصت لها ميزانية مقدرة ب 120 مليون دج.

ثالثا: المخطط الرباعي الثاني (1974م - 1977م)

في تقرير المخطط الرباعي الثاني جاء أنه إذا كانت السنوات السبع الماضية من التخطيط قد مكنت الدولة من تدعيم النشاط السياحي في البلاد بعدد 15150 سريرا جاهزا في طريق الانتهاء، فإن قطاع السياحة مازال يفتقر إلى التنمية، ومن أهداف هذا المخطط تدعيم كل مركز ولائي بفندق عصري وإنشاء سلسلة أخرى من الفنادق الحديثة التابعة لوزارة السياحة أو الجماعات المحلية تكون تكاليف خدماتها متوسطة تشجعا للسياحة الشعبية، يقدر المخطط هدفها بإنجاز 25000 سرير جديد. وعرفت هذه الفترة عدة تغيرات تمثلت فيما يلي:

(1) سناء خميسي، شعباني خديجة: التخطيط السياحي ودوره في التنمية السياحية، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، جامعة جيجل، 2012، ص(88).

- إحقاق المصالح التجارية التابعة (SONATOUR) بالوكالة الجزائرية للسياحة، لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها، ولم تدك العملية سوى سنتين؛

- في سنة 1976م أنشأت الشركة الوطنية للسياحة (SON- ALTOUR) التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري؛

- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية،⁽¹⁾ لكن هي الأخرى فشلت، فمن بين 50000 سرير المبرمج إنجازها لم ينجز سوى 18000 سرير.

إن إنجاز هذه المشاريع المبرمجة في العديد من المخططات أرهقت القطاع السياحي وجعل تسييره معقداً، والملاحظة كذلك هو الانخفاض في جودة الخدمات السياحية المعروضة، والعجز المالي الذي ألحق بالقطاع⁽²⁾. وفي الجدول التالي تفاصيل أكثر:

الجدول رقم (04): توزيع طاقات الإيواء السياحي المنجزة حسب المنتج السياحي.

| نوع المنتج | الشاطئي | الصحراوي | الحضري | المناخي | المعدني | المجموع |
|------------|---------|----------|--------|---------|---------|---------|
| عدد الأسرة | 4300 | 800 | 2620 | 300 | 1700 | 8820 |
| النسبة% | 38.54 | 09.07 | 29.70 | 03.04 | 19.27 | 100 |

المصدر: عبد القادر بودي: واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نفود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلو التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص(104).

رابعاً: المخطط الخماسي الأول (1980م - 1984م)

إن ما يميز هذا المخطط هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي، الذي كان في تلك الفترة بسبب النزوح الريفي، والأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة، فقد خصص مبلغ قدره 3400 مليون دينار، لتغطية التكاليف الخاصة بتطويرها

⁽¹⁾ محمد بلقاسم بهلول: سياسة تخطيط التنمية وإعادة تنظيم مسارها في الجزائر، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر، ص(305).

⁽²⁾ عبد القادر هدير: مرجع سبق ذكره، ص (113).

ثلاثة مناطق سياحية نموذجية في شرق وغرب البلاد والموجهة أساس نحو السياحة الداخلية والتي توافق التقاليد الجزائرية، ووزعت هذه المبالغ كما يلي:⁽¹⁾

- 1.6 مليار سنتيم مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الإنجاز.

- 1.8 مليار سنتيم مخصصة للمشاريع الجديدة.

ارتكز هذا المخطط حول الأهداف التالية:

- برمجة الفندقية الحضرية.

- توسيع الفندقية الصحراوية.

- توسيع الحمامات المعدنية.

- تهيئة مناطق التوسع السياحي واعتمادها من طرف المتعاملين الآخرين كأنماط في المشاريع المستقبلية (الجامعات المحلية، القطاع الخاص)، وقد خصص مبلغ 3400 مليون دينار جزائري لإنجاز ما تبقى من المخططات السابقة، وكذا تغطية نفقات المشاريع الجديدة، ومن المفروض أن تجسيد هذه الأهداف يسمح للقطاع السياحي بالوصول إلى طاقات إيواء قدرها 51000 سرير منها:

- 25000 سرير قيد الاستغلال

- 12000 سرير ما تبقى إنجاز والتابعة لمخططات التنمية السابقة

- 14000 سرير جديد ومقرر في المخطط.

وتوزيع هذه الأسرة حسب نوعية المنتجات كما في الجدول التالي:

⁽¹⁾ HEDDAR Belkacem, *Role socio économique du tourisme*, (cas d Alger), 1988, p(150).

الجدول رقم (05): طاقات الإيواء المقدرة خلال المخطط الخماسي الأول (1980م - 1984م)

| المنتجات | شاطئي | صحراوي | حضري | مناخي+معدني | هياكل المؤتمرات | المجموع |
|------------|-------|--------|-------|-------------|-----------------|---------|
| عدد الأسرة | 12850 | 6200 | 20000 | 8830 | 3000 | 50880 |
| النسبة% | 25.25 | 12.18 | 39.30 | 17.35 | 5.89 | 100 |

المصدر: بديعة بوعقلين، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي في الجزائر - السياحة في الجنوب الغربي -

أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006

ص(112).

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هذا المخطط أعطى أهمية بالغة لطاقات الإيواء الحضرية وهذا يتضح لنا من خلال الجدول إذ يحتل هذا التنوع من طاقات الإيواء المرتبة الأولى بنسبة 39.30% تليها مباشرة في المرتبة الثانية طاقات الإيواء الشاطئية بنسبة 25.25% أما طاقات الإيواء المناخي والمعدني معا يشكلان 17.35% محتلين بهذه النسبة المرتبة الثالثة أما طاقات الإيواء الصحراوية بنسبة 12.18% وطاقات الإيواء الخاصة بهياكل المؤتمرات والمحاضرات بنسبة 5.89% تأتيان في المرتبتين الرابعة والخامسة على التوالي.

خامسا: المخطط الخماسي الثاني (1985م - 1989م)

يأتي المخطط الخماسي الثاني 1985م - 1989م بعد أربعة مخططات إنمائية للدولة منذ دخول الجزائر عهد التخطيط سنة (1) 1967، حيث أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي لذا خصصت برامج مالي كبير هدفه:

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.

- تطوير الحمامات المعدنية والمناخية.

(1) محمد بلقاسم بهلول: مرجع سبق ذكره، ص(136).

- تنوع المتعاملين، كالجماعات المحلية والقطاع الخاص.

- لا مركزية الاستثمار.

- التحكم في الطلب السياحي.

نلاحظ أن الفنادق الحضرية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 46.57%، بينما نسبة الفنادق الإقليمية تبقى جد ضئيلة أي بنسبة 02.13%، غدا كانت كل الجهود موجهة لإيجاد مكان مناسب للمنتج السياحي الجزائري في السوق الوطني والدولي، ففتح الاستثمار أمام المتعاملين الجزائريين والأجانب خصوصا منذ بداية 1988م إضافة إلى تحديد الوظائف بالنسبة لهيئات كما يلي⁽¹⁾:

- وزارة السياحة والصناعات التقليدية مكلفة بتسيير القطاع السياحي.

- الديوان الوطني للسياحة مكلف بتطوير وترقية المنتج.

بالإضافة إلى:

- إنشاء المركز الوطني السياحي سنة 1989م مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري له ثلاثة مراكز تكوين (الجزائر العاصمة، تيزي وزو، وبوسعادة) وعموما فقد حققت المخططات نتائج لا يستهان بها فيما يلي:

- إعادة هيكلة المؤسسات السياحية، حيث تحولت الغدارة المركزية إلى اللامركزية.

- إنشاء منظمات جهوية هي:

- الشركة الوطنية للفندقية الحضرية دورها تسيير الفندقية الحضرية ويوجد مقرها في المدينة.

- المؤسسة الوطنية للدراسة السياحية مقرها سيدي فرج.

أما في مجال الإيواء، فقد كانت الجزائر تحتل المرتبة الخامسة إفريقيا في مجال الإيواء سنة 1985م قدرت بـ 29213 سرير حيث بقيت السياحة الخارجية تسجل سيطرتها بالمقارنة مع تونس والمغرب حيث بلغت نسبة السياح الأجانب 39% كمعدل دخول للمسافرين غي المقيمين.

(1) عمروش الشريف، عامر بشير: السياسة السياحية في الجزائر - واقع وآفاق - ، المؤتمر العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة، يومي 24-25 أبريل ، 2012، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، ص (6) .

المطلب الثاني: طرق تمويل القطاع السياحي

سنحاول تتبع التجارب التمويلية التي عرفها قطاع السياحة وهذا للتمكن من معرفة واقع عملية التمويل في الجزائر.

أولاً: سياسة تمويل المخططات

إن السياسات التمويلية التي اتبعت منذ المخطط الثلاثي حتى بداية التسعينيات تنطلق أساساً من التوجيه الاقتصادي العام للجزائر في تلك الفترة، حيث في ظل الاتجاه الاشتراكي كانت الدولة تتكفل بكل ما يخص النشاط الاقتصادي فتقوم بتمويل كل قطاعات الاقتصاد الوطني بإعداد ميزانيات سنوية تنفق على كل قطاع وقد كانت عملية التمويل تتم كما يلي:

يتقدم المشروع إلى البنك المختص في قطاعه بطلب تمويل ثم يقوم هذا البنك بغرض الطلب على الخزينة العمومية وفي حالة موافقة الخزينة تصدر أمر للبنك المركزي بإصدار المبلغ للبنك لصالح المشروع وبالتالي كانت الخزينة العمومية مصدر القرار التمويلي مما أفقد العملية فاعليتها.⁽¹⁾

ثانياً: طرق التمويل الجيد للقطاع السياحي في الجزائر:

لقد جاءت مجموعة القوانين والتشريعات لتنمية الاستثمارات والبحث على طرق جديدة للدفع بالقطاعات نحو مستويات أحسن من الأداء بهدف خلق نشاطات اقتصادية حقيقية تساهم بشكل فعال في تحقيق الإيرادات بالعملة أصعب بجانب قطاع المحرقات، وترد هذه الطرق التمويلية ضمن التوجه الحر للسوق الجزائرية حيث كان على الاقتصاد الوطني أن يخفف عليه العبء الكلي لعملية التنمية والبحث على متعاملين جدد للتدخل بشكل متبادل في عملية تنمية النشاطات الاقتصادية خاصة منها التي تخلق قيمة حقيقية.

أ- الشركات القابضة: اقترحت تجربة الشركات القابضة في القطاع السياحي الجزائري في سنة 1995 وقامت الجزائر بهذه التجربة بإنجاز 17 مؤسسة تغطي 50 بالمائة من الطاقة الإيوائية للقطاع بجميع

(1) الطاهر لطرش: مرجع سبق ذكره ، ص (184).

أنواع الهياكل السياحية، وكان إنجاز مثل هذه التجمعات خطوة سابقة لعملية الخصخصة حيث تولت هذه المؤسسات التي تسمى ب: مؤسسات التسيير السياحي (EGT) المهام التالية:⁽¹⁾

- كون عملية الخصخصة لا تكون دائما في شكل بيع وإنما يمكن أن تأخذ شكل قعود تسيير أو عقود إيجار وبالتالي من الضروري وجود شركات تتعاقد باسم القطاع في ظل هذه العمليات.

- ضرورة استمرار تنشيط الحظيرة السياحية كون أن عملية الخصخصة تتطلب فترات طويلة من المفاوضات.

- تجديد جزء مهم من الحظيرة الفندقية للقطاع من أجل عملية الخصخصة.

كل هذه الأسباب جعلت عملية خلق شركات قابضة داخل القطاع السياحي مرحلة لا بد من المرور عليها قبل خصخصة القطاع وحتى بعد ذلك.

وأهم ما يميز هذه المؤسسات بالنسبة للقطاع السياحي هي كونها شركات قابضة م بلين القطاعات التي في علاقة مع النشاط السياحي مثل قطاع النقل، القطاع المصرفي، قطاع الإعلام وقطاع التأمين وكذلك بمشاركة مكاتب الدراسات التقنية التي تنشط في المجال السياحي الوطني.

ب- **اقتراحات الشراكة:** وتتمثل في الشراكة بين المستثمرين الأجانب والمحليين سواء الخواص أو العموميين، واشتملت على مشاريع التوسع وإعادة التشغيل وتسيير الهياكل الموجودة، وبلغ عددها الإجمالي في سنة 1996 ب: 27 مشروع في القطاع السياحي، مقسمة إلى:⁽²⁾

7 وحدات شاطئية. 3 فنادق صحراوية.

6 حمامات معدنية. 9 فنادق حضرية.

- شركة سوفيتال (SOFITEL) التي أبرمت عقد تسيير مع شركة جزائرية أصبحت بموجبه تسيير فندق بالجزائر (فندق السوفيتال).

⁽¹⁾ Hachime MADDOUCHE, *le tourisme en Algérie, jeu et enjeux*, édition HOUMA, Algerie, pp(113-114).

⁽²⁾ محمدي عز الدين: *التطور السياحي في الجزائر*، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2001، ص

- شركة هلتون (HILTON) التي تدير فندق تم إنجازه في إطار شراكة بين شركة عمومية والشركة الكورية (DAEWOO) التي أصبحت فيما بعد المالك الوحيد للمشروع مما جنب الجزائر عجز قدر ب 1000 مليار سنتيم وتخفيض الديون ب70 مليون دولار خلال سنة 1996.

- كما تم دراسة مشروع إنجاز مركز تجاري عالمي وقرية سياحية في العاصمة من طرف مجموعة قطرية كما تجري مفاوضات مع شركاء في دولة الإمارات العربية وقد قامت مجموعة من رجال الأعمال السعوديين لمجموعة سيدار بزيارة منطقة عنابة.

- كما تنشط شركتان مختلطتان: جزائرية إسبانية وجزائرية إيطالية في التسيير والدراسات السياحية.

ج- اقتراحات الخصوصية: لقد وضعت وزارة السياحة منذ بداية التسعينيات خطة لعملية خصوصية الهياكل العمومية وعلى أساسه ترد أشكال الخصوصية في ما يلي:

- عقد الإيجار: حيث يحق للمستأجر أن يسير بحرية وفي المقابل يدفع مبلغ دوري مهما كانت نتيجة النشاط.

- عقد التسيير: ويتلقى على أساسه المسير أجر مهما كانت نتيجة المؤسسة.

- بيع الأصول للمسيرين أو المستخدمين.

- الاكتتاب في رأس المال بشكل كلي أو جزئي.

- بيع الوحدات والفنادق للمستثمرين المحليين أو الأجانب.

وقد خاضت الهياكل السياحي الوطنية تجربة الخصوصية كما يلي:

في شكل اكتتاب جزئي للنادي السياحي الجزائري (CTA) ونادي الأسفار الجزائري (CVA) حيث يملك العامل نسبة 20 من رأس المال المقدر ب5 ملايين دج.

- أما عملية بيع الوحدات فلا تزال في خطواتها حيث أن الهياكل السياحية العمومية تتطلب عملية تجديد وإصلاح قبل عرضها للخصوصية المحلية أو الدولية.

وهناك مجموعة من الفنادق المعروضة للخصوصية لم يحظى أي واحد منها باهتمام المستثمرين

باستثناء فندق قدر ب22 مليار سنتيم إضافة إلى 500 مليون كإيجار سنوي لأرض المشروع، وهذا

يعطي فكرة على حجم الغلاف المالي الذي تتطلبه الهياكل السياحية ومما حال دون سرعة خصصتها وتجد الدولة نفسها مجبرة على البحث على صيغ تسهل بيع هذه المؤسسات.⁽¹⁾

د- الاستثمار المباشر: ويقصد به الاستثمار الأجنبي أو المحلي الخاص، حيث منذ صدور قانون الاستثمار لسنة 1993 مشروع أبدي رأس المال الأجنبي والمحلي اهتمام للاستثمار في الجزائر فارتفع عدد المشاريع بصفة عامة من 694 مشروع سجل في سنة 93- 94 إلى 9144 مشروع سجل في سنة 98 وبلغ مجموعة المشاريع خلال فترة 93- 99 ما يعادل 23054 مشروع بمبلغ استثمار قدر بـ 2208 مليار دج، أما بالنسبة لقطاع السياحة فإن نسبة حصته من مجموع المشاريع 4.38% أي 1010 مشروع من 23054 مشروع خلال فترة 93- 99 برأس مال قدر بـ 181760 مليون دج من مجموع 2208452 مليون دج.⁽²⁾

تعتبر هذه النسبة ضئيلة مما يبين تخوف المستثمرين من القطاع السياحي وهذا رغم أن المنظومة القانونية تتحسن تدريجيا، غير أن رواج المنتج السياحي يرتبط كثيرا بالأوضاع الأمنية والسياسية ببلاد التي كانت سائدة وقد سجل في تلك الفترة مفاوضات مع مجموعة أبو نواس الكويتية التي تقدمت للاستثمار في نفس المجال في نهاية الثمانينيات ولكن توجهت نحو تونس والآن تجري المفاوضات حول شراء بعض الفنادق بالعاصمة والاستثمار بالجنوب وتسيير فندق مطار الجزائر بعد انتهاء الأشغال فيه، وحتى بداية الألفية الجديدة فقد بلغ حجم الغطاء المالي اللازم لتجديد جميع الفنادق ما يقارب 4 آلاف مليار دج، حيث فنادق الوسط تتطلب ما يقارب مليار دج وفندق الجزائر يتطلب 100 مليون دج وفندق السفير يتطلب 28 مليون دج.

المطلب الثالث: تقييم الطرق التمويلية

أولا: تمويل دراسات التهيئة والتجهيز في مناطق التوسع السياحي

يواجه الاستثمار السياحي الجزائري مشكلة جوهرية ألا وهي عملية تمويل دراسات التهيئة السياحية وكذلك الأشغال اللازمة لتحضير البنية التحتية للعقار السياحي للمرور فيما بعد لعملية تنشيط وتمويل الاستثمارات في حد ذاتها، فالسلطات العمومية لا تولى الاهتمام اللازم لعمليات التهيئة والتجهيز المناطق

(1) محمد عز الدين : نفس المرجع السابق ، ص (74).

(2) ministère du tourisme et de l'artisanat, **plan d'action partenariat journée d'études sur tourisme algérien a horizon,2010**, pp(22) (23).

السياحية ويتجسد هذا في عدم وجود أي أراضي أو عقارات تم تهيئتها للاستثمار السياحي وهذا رغم تحديد مناطق التوسع السياحي التي كانت آخر خطوة قامت بها الدولة في مجال الأراضي السياحية، كما أن برمجة الهياكل السياحية غير واردة تماما في مخططات التهيئة العمرانية ومخططات شغل الأراضي ومقارنة مع دول أخرى مثل مصر مثلا فإن الدولة تتكفل كلية بعملية تمويل أشغال التهيئة والتجهيز للأراضي الموجهة للاستثمار السياحي لتحضيرها لتكون تحت تصرف المستثمرين وبأسعار تنافسية. إن غياب سياسة تهيئة سياحية في الجزائر تفسر الموقع العشوائي للمشاريع السياحية المنجزة من طرف الخواص ففي أغلب الأحيان تقع خارج مناطق التوسع السياحي وهذا تقاديا للتكاليف الضخمة التي تنجز على إنجاز مشاريع في مناطق تتعدم فيها البنية التحتية لمثل هذا النشاط المتطلب من حيث الخدمات الأساسية، ويوجد 290 طلب لإنجاز مشاريع سياحية من طرف الخواص المحليين تم تجميدها لعدم جاهزية أرضية الموقع من حيث التهيئة والتجهيز وهذه الوضعية تقصي كبير الاستثمار الأجنبي من التقدم بطلبات الاستثمار في القطاع السياحي.⁽¹⁾

ثانيا: تمويل المشاريع السياحية والفندقية

تتميز المشاريع السياحية من ناحية الاستثمار بما يلي:

- تتطلب عملية إنجاز هياكل سياحية أو فنادق أو مركبات للسياحة المعدنية وغيرها دراسة متكاملة وهذا لدمجه مع بيئته الطبيعية من الناحية العمرانية والجمالية كون أنه عنصر سياحي يتنافس على المستوى الدولي.

- كما أن المشاريع السياحية تتميز بفترة إنجاز طويلة تصل إلى خمس سنوات في الجزائر بالنظر إلى الإمكانيات المتاحة، وفترة الأرباح للمشاريع السياحية على المستوى الدولي وكذلك المحلي تعتبر طويلة نوعا ما أي بمتوسط 3 سنوات، ومنه فإن عملية تحقيق الأرباح للمشاريع السياحية تسجل بعد 8 سنوات منذ بداية إنجاز المشروع، فخلال هذه الفترة تكون رؤوس الأموال مجمدة في شكل مباني ومعدات.

وكل هذه الخصائص لا تؤخذ بعين الاعتبار عند منح الفروض للمستثمرين في القطاع السياحي حيث تتميز القروض الممنوحة للمتعاملين في الاستثمار السياحي بالصعوبات التالية:

⁽¹⁾ ministère du tourisme et l'artisanat ,op,cit,p(32).

- تمنح القروض قصيرة الأجل وهذا ما لا يتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي وهذا مما يشكل للمستثمرين عند البدء في تسديد أقساط القرض قبل إتمام عملية الإنجاز.

كما أن البنوك لا تجري أي عملية تفرقة بين النشاطات التي تقوم بتمويلها سواء كانت نشاطات تجارية أو نشاطات إنتاجية ذات فترات استرداد رأس المال مختلفة بشكل كبير.

- كما أن المشاريع السياحية في حد ذاتها المتمثلة في الفنادق، المطاعم، المقاهي السياحية، المخيمات، والوكالات السياحية ويتم التعامل مع المشاريع السياحية بشكل نمطي رغم اختلاف حجم الغلاف، المالي الذي يتطلبه كل مشروع فلا يوجد أي تصنيف للمشاريع من حيث رأس المال اللازم للإنجاز.

بالإضافة إلى سبق هناك جملة من العوائق التي حالت دون تقدم الاستثمار السياحي:

- المحيط الطبيعي الذي يتدهور يوم بعد يوم، حيث هناك العديد من المناطق الطبيعية التي تعرضت للتلوث ونخص بالذكر الشواطئ التي تعتبر من العناصر السياحية التي تعاني من أضرار التلوث حيث أصبحت مصب لمياه التصريف في أغلب المدن الساحلية وهذا ما يعكس غياب أي وعي بقيمة هذه الثروة لدى السلطات العمومية.

المبحث الثالث: آفاق تنمية الاستثمار السياحي في الجزائر

بعد خروج الجزائر من العشرية السوداء، أصبح من الضروري البحث عن كيفية الوصول لركب الدول المتقدمة، وذلك من خلال تنمية القطاع السياحي وتشجيع الاستثمار، وإعطاء للمستثمرين تحفيزا وتسهيلات اللازمة لذلك سوف نتطرق في هذا المبحث إلى: التحفيزات الغربية الممنوحة للاستثمار السياحي والخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وكذلك إلى مشاكل تمويل الاستثمار السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: التحفيزات الضريبية الممنوحة للاستثمار السياحي

أولا: الضرائب المطبقة على النشاطات السياحية

حددت النشاطات السياحية في إطار القانون 03- 01 الصادر في 17 فيفري 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، حيث تتمثل الضرائب المطبقة على النشاطات السياحية أخذا في الحسبان الإعفاءات والتخفيضات الواردة في التشريع فيما يلي: (1)

1- تطبيق معدل الضريبة على أرباح الشركات 19% بدلا من المعدل العادي 25%.

2- يطبق على رقم أعمال النشاطات السياحية الرسم على النشاط المهني بنسبة 2%.

3- تخضع النشاطات السياحية والمؤسسات الفندقية على القيمة المضافة بمعدل 17% باستثناء النشاطات المنصوص عليها في قانون الرسم على القيمة المضافة التي تخضع لمعدل 7%.

4- تخضع عقود تكوين الشركات السياحية لحق التسجيل 0.5% على المبلغ الإجمالي للأموال المنقولة والعقارية دون أن يقل هذا الحق عن 1000 دج وفي حالة شركات المساهمة لا يقل عن 10000 دج ولا يتعدى 30000 دج.

5- تخضع عقود زيادة رأس مال الشركات السياحية لم نسبة 0.5% عندما تكون الأرباح أو المؤونات المدمجة في رأس مال الشركات لم تخضع من قبل للضريبة على أرباح الشركات.

6- حسب أحكام قانون المالية التكميلي 2008م توسيع تطبيق رسم الإقامة على مجموع بلديات الوطن، بحيث لا يقل عن 50 دج على الشخص وعلى اليوم الواحد، ولا تقل عن 60 دج ولا تزيد عن 100 دج على العائلة؛

7- تحدد تعريفه رسم الإقامة بالنسبة للمؤسسات الفندقية ذات 03 نجوم وأكثر كما يلي:

- 200 دج لليوم الواحد بالنسبة لفنادق ذات 03 نجوم.

- 400 دج لليوم الواحد بالنسبة للفنادق ذات 5 نجوم.

ثانيا: المزايا الضريبية الممنوحة لقطاع السياحة في الجزائر

تضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2009 تسعة إجراءات جديدة لفائدة المتعاملين والوكلاء

السياحيين ذات طابع ضريبي ومالي وهي:

(1) Ministère des finances, tourisme soutien, fiscal au secteur potentiellement, la lettre de PGI, N =43 ? 2009.

- بالنسبة للضريبة على الدخل الإجمالي: إعفاء مؤقت لمدة 10 سنوات يخص المؤسسات السياحية التي تم إنشاؤها من طرف مستثمرين وطنيين أو أجنبى باستثناء وكالات السياحة والسفر، وكذا الشركات الاقتصادية المختلطة التي تمارس في قطاع السياحة.
- بالنسبة للضريبة على أرباح الشركات: إعفاء مؤقت لمدة عشر سنوات يخص المؤسسات السياحية التي تم إنشاؤها من طرف مستثمرين وطنيين أو أجنبى باستثناء وكالات السفر والسياحة، وكذا الاقتصادية المختلطة التي تمارس نشاطها في قطاع السياحة.
- بالنسبة للرسم على النشاط المهني: إعفاء الأعمال المحقق بالعملة الصعبة في النشاطات السياحية والفندقية، العلاجية والإطعام من الرسم على النشاط المهني.
- بالنسبة للرسم على القيمة المضافة: تطبيق المعدل المخفض 7% بشكل انتقالي إلى غاية 31 ديسمبر 2019 لفائدة النشاطات السياحية، الفندقية، العلاجية والإطعام المصنف، إضافة إلى وكالات السفر وتأجير السيارات السياحية.
- بالنسبة لحقوق التسجيل: إعفاء قعود تأسيس الشركات التي تزاوّل نشاطها في المجال السياحي وكذا عقود رفع رأسمالها من أداء حقوق التسجيل.

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

- يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر وتعلن الدولة من خلاله عن:⁽¹⁾
- نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق على المدى القصير 2009 والمتوسط 2015 والطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة، قصد جعل الجزائر بلد مستقبلا للسواح.
 - تحديد أدوات إنجازه وتوضيح شروط تحقيقه.

أولا: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يبرز الطريقة التي تعتم من خلالها الدولة ضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفاعلية الاقتصادية ومساندة البيئة على كامل التراب الوطني في إطار التنمية المستدامة بالنسبة لعشرين سنة المقبلة.

(1) مديرية السياحة لولاية جيجل، 2017.

ويشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزءاً لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT 2025، وهو العمل الذي تعلن الدولة من خلاله لجميع المتعاملين والقطاعات وجميع المناطق من مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2025.

وانطلاقاً من هذا فإن المخطط الحالي للتهيئة السياحية SDAT 2025 هم أداة تجسيد إدارة الدولة في تثمين القدرة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد، ومنها في خدمة التحول السياحي للجزائر قصد الارتقاء إلى مستوى وجهة الامتياز في المنطقة الأورومتوسطية.

ثانياً: الأهداف العامة لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي.
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، بناء، أشغال عمومية).
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئية.
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي، الشعائري.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر.

ثالثاً: مؤشر الجدول الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر يتم وفق جدول زمني كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025

| من سنة 2007 إلى سنة 2008 | من سنة 2008 إلى 2015 | من سنة 2015 إلى سنة 2025 |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - وضع إستراتيجية لتسويق وجهة الجزائر - تنصيب لجنة قيادة وجهة الجزائر - الشروع في ترتيبات الاستقلال في الأراضيات الكبرى لدخول التراب الوطني - تعزيز أعمال تنفيذ المخطط والمراقبة المالية - وتيرة التقدم في بلوغ أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية | <ul style="list-style-type: none"> - إطلاق الاستثمار السياحي - الإطلاق المتزامن للحركيات الخمس - تعريف وتحديد الأقطاب السياحية للامتياز - تحديد إستراتيجية كل قطب وكذا مسعى كل قرية سياحية للامتياز - مساعي المتعاملين المرقين والمستمرين | <ul style="list-style-type: none"> - تعزيز سياسة التحول السياسي للجزائر وتجسيد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، 2008، ص ص (38، 39).

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يتكل الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، حيث وضحت الجزائر بموجب نظرتها للتنمية السياحية الوطنية وذلك في سياق مسعى تنويع الاقتصاد الوطني لكن ما يعاب على هذا المخطط أنه لم ينبثق عن دراسة تشخيصية وتفصيلية عميقة وعدم اشتراك الفاعلين في السياحة والمجتمع المدني في عملية التخطيط.

رابعا: المشاريع ذات الأولوية: لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT فمنها الجاري إنجازه وما هو محل الدراسة وهي:

- فنادق السلسلة (Hotels de chains) عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير.

الجدول رقم (07) : الفنادق المدرجة في المخطط التوجيهي لأفاق SDAT 2025

| الأقطاب السياحية | عدد الفنادق | عدد الأسرة |
|--------------------------------|-------------|------------|
| القطب السياحي شمال شرق | 86 | 5965 |
| القطب السياحي شمال وسط | 49 | 9285 |
| القطب السياحي شمال غرب | 85 | 10146 |
| القطب السياحي جنوب شرق الواحات | 26 | 2092 |
| القطب السياحي جنوب غرب | 23 | 1513 |
| القطب السياحي الجنوب الكبير | 01 | 150 |
| القطب السياحي الجنوب الكبير | 04 | 225 |
| المجموع | 274 | 29386 |

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المخطط العلمي، وزارة الإقليم والبيئة والسياحة، 2008، ص(16).

الجدول رقم (08) : الحظائر الإيكولوجية والسياحية المدرجة في SDAT 2025

| القطب السياحي | اسم المشروع | المستثمر | عدد الأسرة |
|---------------|--------------------|---------------------------|------------|
| شمال وسط | حديقة دنيا الجزائر | مجموعة الشراكة الإماراتية | 1000 |
| شمال غرب | دنيا وهران | مجموعة الشراكة الإماراتية | 1000 |
| شمال شرق | دنيا عنابة | مجموعة الشراكة الإماراتية | 1000 |
| شمال شرق | دنيا قسنطينة | مجموعة الشراكة الإماراتية | 1000 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المشاريع الأولوية السياحية، الكتاب الخامس، وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة/، 2008، ص ص53، 55.

المطلب الثالث: مشاكل تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر

أولاً: مشكل العقار: يعاني تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر مشاكل كثيرة نذكر منها: (1)

إن غياب الكلي للعقارات السياحية المهيأة رغم وجود مناطق توسع سياحي محددة ومحمية قانونياً يعكس قلة اهتمام السلطات العامة بإعداد وتمويل دراسات وعمليات التهيئة السياحية ومشاريع البنية التحتية، في حين تحظى هذه العمليات باهتمام كبير في بعض البلدان كتونس، المغرب ومصر حيث تتكفل الدول بالتمويل الكلي لعمليات التهيئة وتحضير الأراضي السياحية وجعلها في متناول المتعاملين والمستثمرين بأسعار مغرية، إن غياب سياسة للتهيئة السياحية في الجزائر تفسر الإنشاء العشوائي لمشاريع منجزة من طرف القطاع الخاص والمتواجدة غالبيتها في مناطق خارج مناطق التوسع السياحي لتفادي الإدارية المتعلقة بالحصول على أراضي داخل مناطق التوسع السياحي، كما أن عدد المشاريع التابعة لمستثمرين أجانب بقيمة إجمالية تقدر بمليار دولار أمريكي، أوقفت لنفس السبب السابق.

ويتعلق الأمر بانجاز مشاريع سياحية بسيدي فرج، زرالدة، الشارقة والطارف، وهذا ما يدفع بالمستثمر لتحويل مشاريعه إلى دول أخرى أين يجد إجراءات سهلة ومواعيد اتخاذ القرارات السريعة فهناك عدة مستثمرين أجانب كانت لديهم نوايا حسنة وجدية للاستثمار في الجزائر، إلا أنه انتهى بهم الأمر إلى تحويل مشاريعهم لدول مجاورة إن وجدوا شروطاً أكثر جاذبية، ومثال ذلك سلسلة فنادق "أبو نوا" التي لم يجد طلبها زاد في سنوات الثمانينيات. وتتواجد الآن بتونس أربع وعشرون مؤسسة فندقية على غرار المستثمرين المحليين الذين يهربون في القطاع السياحي بسبب المشاكل الكبيرة في توفر العقار ومشاكل الملكية والامتياز في مناطق التوسع السياحي.

ثانياً: عوائق تمويل الاستثمارات السياحية والفندقية

يعاني تمويل الاستثمارات السياحية مشاكل سواء على مستوى المشاريع الصغيرة أو الكبيرة، حيث أن المشاريع الصغيرة تعرف وضعاً متدهوراً ونقصاً في النظافة مما يجعل السائح يعرض عنها، وهذا بسبب نقص التمويل اللازم لتحسين وضعيتها. وفي هذا الصدد قامت الجزائر بتقديم قرضاً متشابهاً مثل القرض على المدى المتوسط والذي يمكن أن يلبي حاجيات تجهيز وإعادة الاعتبار للمؤسسات السياحية

(1) عبد الرزاق شحادة: محاسبة المنشأة المالية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998، ص (202).

والفندقية الصغيرة، تتراوح بين 2 إلى 7 سنوات وهي كافية نظرا لمحدودية المبالغ التي تتطلبها مثل هذه الاستثمارات.

إلا أن العائق هو نسبة الفائدة المرتفعة التي بلغت 12% مما يجعل المؤسسة السياحية الصغيرة غير قادرة على تحملها، أما تمويل الاستثمارات السياحية والفندقية الكبيرة فتعاني من مشاكل عامة تواجه الاستثمار السياحي عامة وأهمها:

- ضيق السوق المالية في الجزائر وعدم اندماجها مع الأسواق العالمية وحادثة نشأتها، وبعد مرور عدة سنوات على إنشاء بورصة القيم المنقولة لا يزال عدد المؤسسات السياحية والفندقية التي تنشط بهذه البورصة منحصرة في مؤسسة واحدة والمتمثلة في فندق الأوراسي.

- نظام مالي لا يتميز بالفاعلية غير قادر على التأقلم مع متطلبات المستثمرين، بحيث هناك صعوبات في العمليات الجاري (تحويل، مسك الحسابات، تحويل الأموال المودعة)، إذ أن تحويل صك بنكي مثلا من وكالة أخرى تابعة لنفس البنك في نفس المنطقة يستغرق شهرا كاملا.

- نقص رؤوس الأموال الأجنبية.

- القروض الممنوحة لتمويل الاستثمار السياحي لا تأخذ بعين الاعتبار، وتبقى محفزة لسببين هما:

- منح قروض قصيرة ومتوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يحتاج إلى قروض طويلة الأجل.

- القروض المقدمة من قبل البنوك هي قروض متماثلة فهي لا تفرق بين الأنشطة التجارية وبين الاستثمار في المشاريع الاقتصادية ذات المردودية المؤجلة، بل حتى الأنشطة التي تنتمي إلى نفس الفرع (الفنادق، المطاعم، وكالات السفر، مخيمات ... إلخ) يتم معالجتها بنفس الطريقة رغم اختلاف الحاجة إلى التمويل الخاص بكل نشاط.

خلاصة الفصل

تميزت عملية تنمية القطاع السياحي بمجموعة من النقااص التي يجب تداركها لبعث سياسة تنموية مناسبة للمراحل القادمة لترقية السياحة الجزائرية وتدارك التأخر المسجل في هذا النشاط، وعليه فإن اقتراح إستراتيجية تنموية للقطاع السياحي في الجزائر يجب أن تتطلق من مجموعة من التفاصيل التي بلورتها التجربة السياحية الدولية، ومحاولة الاستفادة من إمكانيتها الخاصة ومن ثمة التميز بها، وتعتبر عملية الدمج بين المعطيات الداخلية والخارجية لظاهرة اقتصادية معينة مثل السياحة، خطوة جوهرية لتفعيل نشاط من شأنه أن يدعم الاقتصاد بطريقة إيجابية.

الفصل الثالث: آليات دعم وتطوير النشاط السياحي من

المنظور التمويلي في ولاية -جيجل -

تمهيد

المبحث الأول: تقديم ولاية - جيجل - سياحيا .

المبحث الثاني: واقع السياحة بولاية -جيجل- .

المبحث الثالث: تمويل النشاط السياحي بولاية - جيجل- .

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر ولاية جيجل من أهم الولايات السياحية في الجزائر، وتحتل موقعا استراتيجيا لما تشمل عليه من مقومات طبيعية، ثقافية،إلخ، فهي تمتلك مجموعة من الموارد تساعد على القيام بمختلف أنواع السياحة، وبعد التعرف في الدراسة النظرية على التمويل والاستثمار السياحي، وكذلك على واقع القطاع السياحي في الجزائر وسوف تخصص هذا الفصل لدراسة وتحليل نشاط السياحي والصعوبات التي يواجهها في ولاية جيجل .

المبحث الأول: تقديم ولاية -جيجل -سياحيا

تعرف ولاية جيجل بطابعها السياحي وتتوفر على العديد من الإمكانيات والمؤهلات الطبيعية ومقومات البنية التحتية، هذه العوامل جعلت منها منطقة رائعة في المجال السياحي على الرغم من أنها لم تأخذ بضبطها اللازم من الاستثمارات السياحية بشكل يعزز من موقعها السياحي. وسنتناول فيما يلي عرض عام لولاية جيجل من زاوية سياحية.

المطلب الأول: نبذة عن ولاية -جيجل -

تحتل جيجل موقعا استراتيجيا هاما في الشمال الشرقي للجزائر، فهي تتربع على 2.398.63 كلم² تطل على البحر الأبيض المتوسط بشريط ساحلي طول 120 كلم، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولاية سكيكدة أما من الغرب ولاية بجاية ومن الجنوب ولايتي قسنطينة وميلة.

جيجل مدينة عريقة تعود آلاف السنين تأسست حوالي القرن الرابع قبل الميلاد من طرف الفينيقيين، وقد كانت محطة للعديد من الحضارات التي نجد آثارها هنا وهناك على مستوى إقليم الولاية.

تاريخ المنطقة يتميز بحركية كبيرة وغني بالأحداث فأول اسم أطلق على المنطقة هو "إجيجلي" IGIGILI وهي كلمة فينيقية تتكون من شطرين فالشطر الأول "ا" يعني جزيرة ساحلية والشطر الثاني "إغيل" يعني دائرة الحجر، وتعاقب الحضارات بعد ذلك أفرز العديد من الأسماء منها "جيدري"، "خيخل" ... وفي الأخير جيجل إن الانحطاط المتدرج للحضارة الرومانية سمح القبائل البربرية في الجبال واسترجع سيادتها وتقاليدها لتشهد بعد ذلك المنطقة تسابق الغزاة للاستيلاء على الموقع الإستراتيجي الذي تتميز به.

بعد ذهاب الفاطميين، وقعت جيجل تحت سيطرة الزرييين (973م)، الحماديين (1007م) ثم المهديين (1120م) وظلت طمعا لعدة دول حاولت غزوها واستعمارها عدة مرات إلى أن استنجد سكانها بالأخوين عروج وخير الدين بربروس سنة 1514م لتصبح أول مدينة يدخلها الأتراك وينطلق منها لتحرير بجاية والجزائر من الهيمنة الإسبانية⁽¹⁾.

(1) مديرية السياحة لولاية جيجل، المونوغرافيا السياحية، ص ص (1 - 2).

المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية -جيجل -

تترجع ولاية جيجل على مقومات سياحية تجعلها وجهة للعديد من السياح، ومن هذه المقومات نجد⁽¹⁾:

أولاً: المقومات الطبيعية

جيجل مدينة غنية طبيعياً فهي تتميز بتنوع طبيعي ومناخي يميزها عن باقي ولايات الوطن ومن بين هذه المقومات الطبيعية نجد :

أ - الشريط الساحلي: يمثل امتداد طبيعي على طول 120 كلم كم الزيامة المنصورية غرباً على واد الزمور شرقاً، تصادفك شواطئ وخلجان متناثرة هنا وهناك ونوادير طبيعية أخرى. ويضم الساحل الجيجلي 50 شاطئ منها الشواطئ ذات الرمال الذهبية الواسعة والشواطئ الصخرية.

ب - الكورنيش الجيجلي: متمثل في أجراف صخرية ملامسة للبحر ممتدة من الزيامة المنصورية إلى العوانة تتخللها غابات الفلين، يمتاز بندرة جمالية فهو يعد من أجمل المواقع على المستوى العالمي.

ج - الكهوف العجيبة: تقع بين العوانة والزيامة المنصورية على بعد 25 كلم من مدينة جيجل، تم اكتشافها سنة 1917 عند شق الطريق الوطني رقم 43، وتعد من عجائب الطبيعة حيث الشكل والنقوش التي صنعتها الصواعد والنوازل.

د - المحميات الطبيعية لبني بلعيد: تتميز هذه المحمية باحتضانها الطيور والنباتات الجذ نادرة وليس تقع بمنطقة رطبة على ساحل بلدية خير واد عجوال على بعد 32 كلم عن مدينة جيجل تترجع على مساحة 122 هكتار، انشأت هذه المحمية وفقاً للقرار الولائي رقم 67- 786 المؤرخ في 8 نوفمبر 1997.

هـ - الجزر وشبه الجزر: ومنها:

- **الجزيرة الصخرية:** أهم ما يميز الجهة الغربية لشريط الساحلي بولاية جيجل هو وجود الجزيرة الصخرية بالعوانة والتي تدعى محلياً الذيرة-

- **شبه الجزيرة:** توجد شبه الجزيرة الصغيرة ببولاطن، وأيضاً جزيرة برج بليدة التي تدعى أندرو.

⁽¹⁾ مديرية السياحة لولاية جيجل، مقابلة مع رئيس مكتبة التنمية ومتابعة الاستثمار يوم 10 / 04 / 2017، على الساعة 14:00.

و - الحظيرة الوطنية لتازة: تتربع الحظيرة على مساحة 3807 هكتار، تتميز بتنوع غطائها النباتي وتركيبها الحيوانية حيث تحتوي على 137 نوع من النباتات العطرية وأخرى ذات أهمية طبية، 20 نوع من النباتات ذات الاستعمال الزخرفي والتزيني، 17 نوع من الأشجار والشجيرات ذات الأهمية البيئية، 135 نوع من الفطريات، و15 نوع من الثدييات من بينها 11 نوع محمي من طرف القانون و 134 نوع من الطيور موزعة بين الجوارح والطيور المائية.

ي - حظيرة الحيوانات: موقع سياحي هام متواجد بكسير - بلدية العوانة- حي لاستقبال الزوار ابتداء من شهر جويلية من عام 2006، أهم ما يميز الحظيرة هو احتضانها لعدة أنواع من الحيوانات النادرة وأشكال مختلفة من الطيور موزعة بين الجوارح والطيور المائية.

ز - البحيرات الطبيعية: يتواجد على مستوى الولاية ثلاث بحيرات طبيعية هي:

- بحيرة بني بلعيد (دائرة العنصر): ذات مساحة قدرها 120 هكتار وتحتوي ما لا يقل عن 23 نوع من الطيور.

- بحيرة فدير بين حمزة (القنار دائرة الشقفة): تحتل مساحة حوالي 36 هكتار وما لا يقل عن 32 نوع من الطيور.

- بحيرة غدير المرج (بلدية الطاهير) تتربع على مساحة 5 هكتار.

ر - الغابات: حيث تتميز ولاية جيجل بغابات كثيفة تمتاز بمناظرها الخلابة المشجعة على السياحة الجبلية والصيد، إذ تقدر مساحتها الإجمالية بحوالي 115000 هكتار ومن أهم غاباتها نجد:

- غابة قروش الواقعة على الكورنيش بمنطقة العوانة تتربع على مساحة 10260 هكتار.

- غابة تامنتوت: تتربع على مساحة 8928 هكتار بجيملة.

- غابة بوخنش بالعوانة.

- غابة بني فرقان ومنشاط بالميلية.

- غابة الماء البارد بتاكسنة.

- غابة القرن بعنابة.

الصنف الرئيس لغابات الولاية هو البلوط الفليني حيث تقدر المساحة الإجمالية بـ 43700 هكتار، أما باقي الأصناف فتتمثل في بلوط الزان الأخضر والصنوبر البحري.

ثانيا: المقومات الثقافية: نبرزها فيما يلي:

أ- المواقع الأثرية والتاريخية: تتوفر ولاية جيجل على الكثير من المواقع الأثرية والتاريخية التاريخية على مر الفترات التاريخية نجد مواقع أثرية تعود إلى فترة ما قبل التاريخ والتي لا زالت لحد اليوم ونذكر منها موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر والكهوف العجيبة زيامة المنصورية بالإضافة إلى مواقع أخرى تعود إلى الفترة الفينيقية ونذكر منها: آثار ميناء ومقابر فينيقية بجيجل

كذلك هناك مواقع أثرية تعود إلى الفترة الرومانية وفترة الأتراك والفترة الاستعمارية، نذكر منها على الترتيب ما يلي: فسيفساء بالطوالبية ببلدية جيجل، قبر الباي عصمان بأولاد عواط، المنار الكبير لراس العافية ... إلخ.

ب- متحف كتامة: يعد المتحف الوحيد على المستوى الولاية، كان في الأصل مدرسة قرآنية أسسها الشيخ عبد الحميد ابن باديس عام 1939، وبعد الحرب التحريرية أصبحت مقر للمكتب الثاني للجيش الفرنسي وبعد الاستقلال عادت لنشاطها الأول، ثم مدرسة لصغار الصم البكم إلى غاية 1993 حيث حولت إلى مقر لمتحف جيجل.

ج- دار الثقافة عمر أو صديق: مقرها بحي العقابي - بلدية جيجل - افتتحت يومك 4 سبتمبر 2007 المشروع كلف 35 مليار دج، تضم ثلاث ورشات وهي ورشة للمسرح، ورشة للموسيقى، ورشة للفنون التشكيلية، كما تشمل قاعة مطالعة وأخرى للانترنت إضافة على قاعة محاضرات وقاعة عروض فنية تحتوي على 1080 مقعد، وتعد مسرح ثقافي ذو هندسة معمارية جميلة ومميزة تذب الزائر عليها من خلال الشكل الهندسي لها.

4- الصناعات التقليدية: إن تنوع الثروات التي تزخر بها الولاية والطابع السياحي المميز لما جعل الحرفيين يتفنون في إبداع أنماط مختلفة من الأدوات التقليدية أهمها صناعة الأواني الخشبية، الصناعات الجلدية، صناعة الفخار والمزهريات، صناعة الأواني الخشبية.

ثالثا: المقومات البشرية وأوجه النشاط الرئيسية.

أما فيما يخص الفترات البشرية فالولاية تملك قرارات بشرية تتميز بعنصر الشباب الذي يشكل خزاناً لليد العاملة المؤهلة، فمجموع سكان الولاية يقدر ب 602407 سنة 2010 منها 70% أقل من 35 سنة منها 153011 تمثل الفئة النشيطة، وتشكل الفلاحة في ولاية جيجل النشاط الاقتصادي الرئيسي وذلك لتوفر جميع الشروط الملائمة للقيام بالنشاط الفلاحي في مناخ ملائم مع معدل سنوي لتساقط الأمطار في حدود 1200 ملم / سنة، وسهول صالحة للزراعة، فبعد قطاع الخدمات في المرتبة الثانية المتمثلة في خدمات الإدارة، الصحة، التعليم، وبعد قطاع الخدمات يأتي قطاع الصناعة والتجارة والصيد البحري بالإضافة إلى المساحة البحرية العامة والتي تقدر ب 6510 كلم، حيث ولاية جيجل تستحوذ على موارد بحرية كبيرة، حيث أن الكتلة الإجمالية تقدر ب 20800 طن سنويا، وهو ما يمثل 13% من الإمكانيات الوطنية، منها 6088 طن قابلة للاستغلال.

رابعا: مقومات البنية التحتية: وتتمثل في ما يلي⁽¹⁾:

أ- مطار فرحات عباس: تتوفر ولاية جيجل على مطار دولي واحد وهو مطار فرحات عباس تقع ببلدية الأمير عبد القادر يتربع على مساحة تقدر ب 132 هكتار، يجده من الشمال البحر الأبيض المتوسط والطريق السريع (جيجل وقسنطينة) أما جنوبا فتحدده منطقة الطاهير وقد تم إنجازه سنة 1945، ثم أغلقت الملاحة الجوية فيه إلى غاية 1981 أين فتح الاستقبال من نوع إير كينغ (Air king) ذات سبعة مقاعد، وكان لها ثلاث رحلات أسبوعية مع الجزائر العاصمة لمتطلبات الجمهور، وفي سنة 1985 أجريت الأشغال به لتمكينه من استقبال الطائرات الأكبر حجما، حيث استقبل طائرات (27) فوكر (foker) ذات الأربعين مقعدا.

ب- ميناء جن جن: تملك ولاية جيجل مهما جدا لاعتباره أكبر ميناء في الجزائر وثاني أكبر ميناء في إفريقيا يقع على بعد 10 كلم من بلدية جيجل 02 كلم من مطار فرحات عباس تم إنجاز في 1991.

ج- الطرق الوطنية: تحتوي الولاية على شبكة طرق مهمة والتي تعتبر الوسيلة الأهم للتواصل سواء التواصل الداخلي أو الخارجي وتتمثل فيما يلي:

⁽¹⁾ وثائق متحصل عليها من مديرية السياحة لولاية جيجل 2017.

- الطريق: 77 LARN والتي تربط ولاية جيجل بولاية ميلة ولاية سطيف وهذه الشبكة تلعب دورا كبيرا في التكامل الإقليمي للولاية، بحيث تربط مباشرة ميناء جن جن بالطريق السيار شرق - غرب.

- الطريق 27 LRN 43 LRN والتي تربط الولاية من الشرق - غرب، كما تربطها بكل من ولاية قسنطينة، سكيكدة وامتداد إلى ولاية بجاية وهذا الخطان يعتبران أساسين لكل تدفقات الولايات.

- الطرق الولائية: تتربع هذه الشبكة على 1018100 كلم² (CW)، شبكة طرق ولائية، 534200 كلم² شبكة الطرق بلدية التي تربط بين البلديات.

المبحث الثاني: واقع السياحة بولاية -جيجل -.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى أنواع السياحة، وكذلك إلى الهيئات الداعمة للنشاط للولاية.

المطلب الأول: أنواع السياحة بولاية جيجل.

يعتمد القطاع السياحي في ولاية جيجل بشكل كبير على نوعين من أنواع السياحة هما⁽¹⁾:

أ- السياحة الشاطئية: حيث تحتوي الولاية على 50 شاطئ منها 22 شاطئ مسموح به للسياحة، في حين باقي الشواطئ لا تزال تفتقد لبعض الهياكل والمرافق التي تفتح للزوار وتصبح وجهة سياحية وذلك بوجود 120 كلم ساحل به كورنيش جيجل الذي صنف من أجمل المعالم السياحية العالمية.

ب- السياحة الجبلية: حيث تزخر الولاية بالجبال والسهول والوديان التي تتوفر على مخزن من المنتجات السياحية التي تنتظر من يستغلها فيما بعد توفر الشروط الملائمة (كالأمن، الثقافة السياحية... الخ).

المطلب الثاني: المؤشرات السياحية لولاية -جيجل -.

إن المؤشرات السياحية على مستوى الولاية تصل الحافز الأساسي للاستثمار السياحي من توافد عدد السياح على الفنادق وعدد الليالي المنقضات فيها ، عدد الأسرة، ومن بينها نذكر⁽²⁾:

أولا: توافد السياح إلى الفنادق في ولاية -جيجل -

⁽¹⁾http : //www. Djazairiss. Com / APS/ 247986/ le 02/ 05/ 2017.

⁽²⁾مديرية السياحة لولاية جيجل ،مقابلة مع رئيس مكتب التنمية ومتابعة للاستثمار.

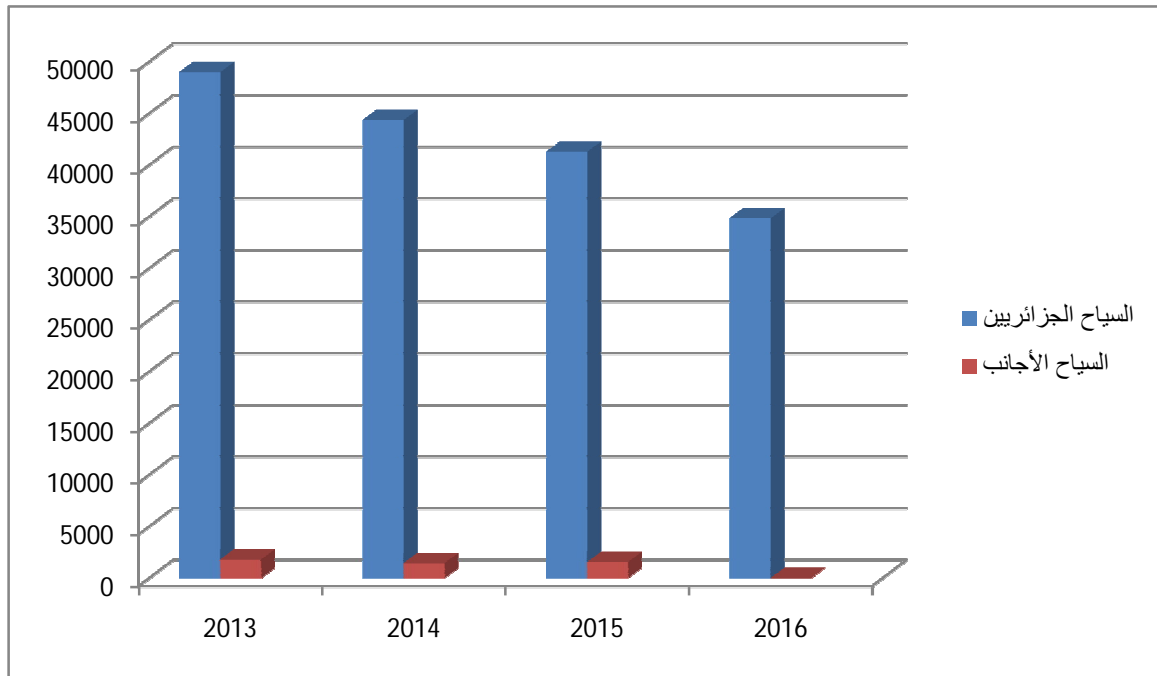
- يمكن توضيح توافد السياح على الفنادق في ولاية جيجل من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (09):توافد السياح إلى الفنادق خلال الفترة (2013-2016)

| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------|-------|-------|--------|--------|
| جزائريين | 49010 | 44369 | 285 41 | 832 34 |
| أجانب | 1793 | 1442 | 1540 | 1305 |
| المجموع | 50803 | 45811 | 825 42 | 137 36 |

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل

الشكل رقم (03): توافد السياح إلى الفنادق خلال الفترة (2013-2016).



المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول .

من خلال الجدول والشكل البياني السابق نلاحظ أن عدد السياح الجزائريين الوافدين إلى الفنادق في تناقص مستمر حيث كان خلال سنة 2013 مرتفع مقرنة مع السنوات الأخرى أما بالنسبة للأجانب في حالة تدبب ، حيث كان مرتفع سنة 2013، ليعود لينخفض سنة 2014 ثم يرتفع سنة 2015 ثم يعود للانخفاض سنة 2016، ويعود هذا الانخفاض إلى تراجع عدد الفنادق وارتفاع الأسعار .

ثانيا: الليالي السياحية

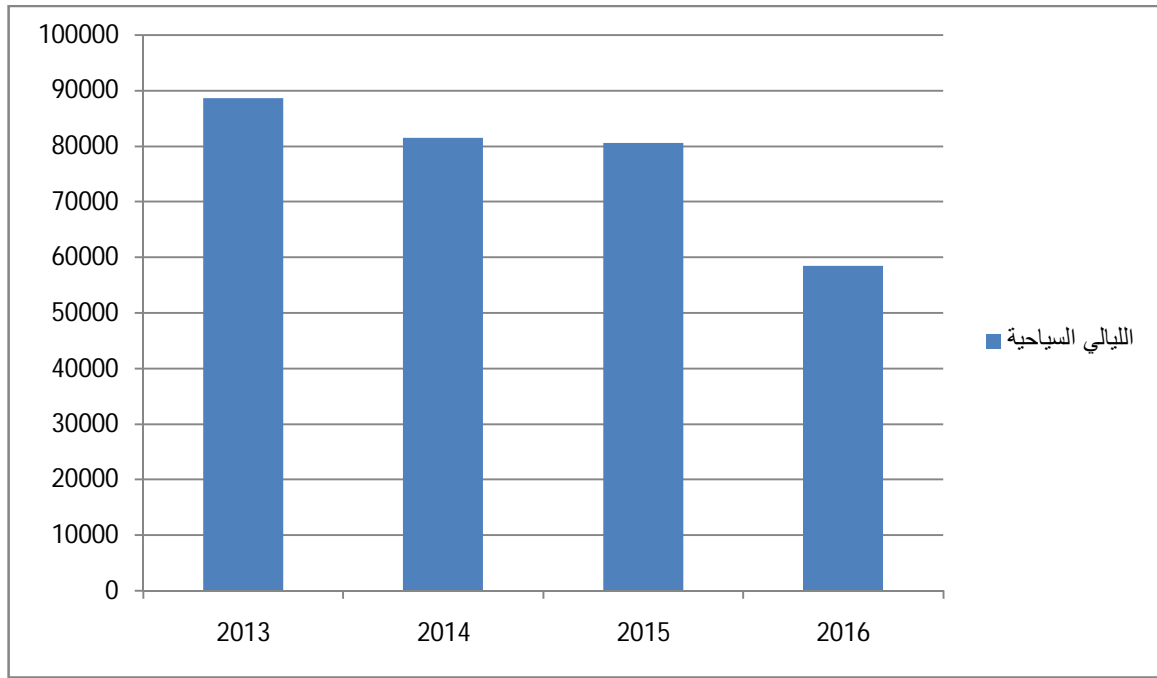
- يمكن توضيحها خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (10): عدد الليالي السياحية خلال الفترة (2013-2016)

| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|
| الليالي السياحية | 88577 | 81476 | 80591 | 58473 |

المصدر : مديرية السياحة لولاية جيجل

الشكل رقم (04): عدد الليالي السياحية خلال الفترة (2013-2016).



المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول .

من خلال الجدول والشكل البياني السابق نلاحظ انخفاض تدريجي ومستمر في عدد الليالي السياحية وهذا يدل على نقص الاهتمام بإقامة سهرات ليلية وكذلك نقص في النشاط الإداري الاقتصادي ولا ننسى كذلك الإقبال على المتزايد الكراء الموازي. أيكراء الشقق.

ثالثا: المخيمات العائلية

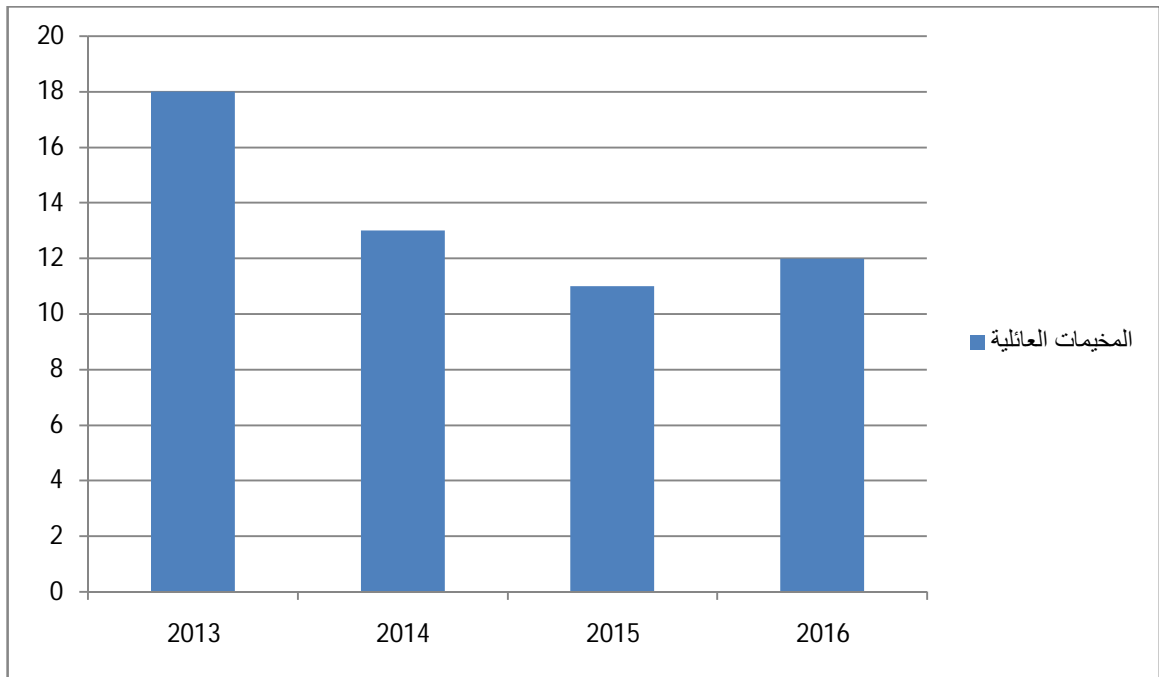
- يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (11): عدد المخيمات العائلية خلال الفترة (2013-2016)

| السنوات | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------|------|------|------|------|
| عدد المخيمات العائلية | 18 | 13 | 11 | 12 |

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل

الشكل رقم (05): عدد المخيمات العائلية خلال الفترة (2013-2016).



المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول

يتضح من خلال الشكل و الجدول أن عدد المخيمات العائلية في انخفاض مستمر خلال الفترة (2013-2015)، ليرتفع سنة 2016 ارتفاع طفيف ونسبي إلى 12 مخيم يعتبر هذا التوافق قليل مقارنة بالنسبة للسنوات الماضية، حيث بلغ سنة 2012 (21) مخيم عائلي ويعود هذا الانخفاض كونها مغلقة بموجب قرارات ولائية .

المطلب الثالث: التأطير المحلي للنشاط السياحي بولاية -جيجل -

تتوفر ولاية جيجل على عدة هيئات سياحية تشرف على القطاع السياحي بالولاية⁽¹⁾:

(1) مديرية السياحة، المونوغرافيا السياحية جيجل، ص (14، 15).

أولاً: الدواوين والجمعيات السياحية

تتوفر بالولاية 08 دواوين سياحية معتمدة من أهم نشاطاتها التعريف بالمنتج السياحي المحلي وترقيته عن طريقي إقامة معارض محلية والمشاركة التظاهرات الوطنية وتتمثل في:

الجدول رقم (12): الدواوين والجمعيات السياحية

| الرقم | اسم الديوان أو الجمعية | المقر |
|-------|--|---------------------------|
| 1 | الديوان المحلي للسياحية - إجيلجي- | مركز إعلام وتنشيط الشباب |
| 2 | الديوان المحلي للسياحة - العوانة- | المركز الثقافي - العوانة- |
| 3 | الديوان المحلي للسياحة -القنار- | بلدية القنار |
| 4 | الديوان المحلي للسياحة- سيدي عبد العزيز- | بلدية سيدي عبد العزيز |
| 5 | نادي الرمال الذهبية | بلدية جيجل |
| 6 | الديوان الجيجلي للسياحة | حي الرابطة الغربي |
| 7 | الديوان المحلي للسياحة زيامة منصورية | فندق شوبة زيامة منصورية |
| 8 | الديوان المحلي للسياحة | شارع أول نوفمبر |

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل ، المنوغرافيا السياحية لولاية جيجل ، ص(14، 15)

ثانياً: وكالات السياحة والأسفار

توجد بالولاية خمسون وكالات للسياحة والأسفار معتمدة من طرف اللجنة الوزارية للاعتمادات، تتحصر نشاطاتها على بيع التذاكر، تنظيم الرحلات، والعمرة بالإضافة إلى استغلال المخيمات العائلية ومراكز العطل وتتمثل في:

- وكالة الكورنيش - شارع نوفمبر - جيجل.

- وكالة سياحية وأسفار الجزائر - 01 نهج مصطفى بن بولعيد - جيجل.

- وكالة العربي - حي 20 مسكن الميلية - جيجل.

- وكالة جيزال - نهج حسن بنشيخ - جيجل.

- وكالة بلام تور - نهج عمرة الطاهير - الطاهير.

ثالثا: مديرية السياحة

تم إنشاء مديرية السياحة والصناعات التقليدية على مستوى الولاية، لكي تتولى مسؤولية الاهتمام بالقطاع السياحي، على ولاية جيجل ولاية سياحية على ضوء ما تملكه من موارد سياحية هائلة، والتي تتولى عدة مهام ووظائف تنصب في إطار النهوض بالقطاع السياحي.

مهام مديرية السياحة: من بين المهام نذكر مايلي :

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين .
- إدماج النشاطات السياحية.
- جمع المعطيات والمعلومات الإحصائية حول النشاطات السياحية .
- توجيه المشاريع الاستثمارية للسياحة ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- متابعة تطابق النشاطات السياحية وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية.

المبحث الثالث: تمويل النشاط السياحي بولاية -جيجل- .

من خلال هذا المبحث سنحاول القيام بدراسة الهيئات الممولة للاستثمار السياحي، وقد وقع اختيارنا على الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI - جيجل - في تمويل النشاط السياحي، وكذلك الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب -ANSEJ-، باعتبارهما هئتان تقدمان الدعم التمويلي للنشاط السياحي .

المطلب الأول: مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI -جيجل -في تمويل النشاط السياحي

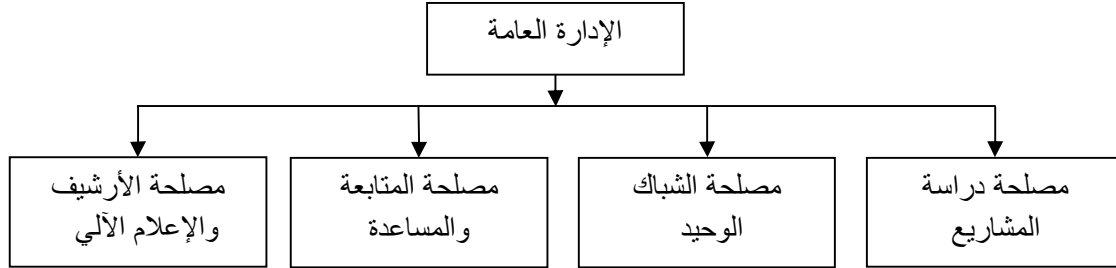
أولا: التعريف بالوكالة وهيكلها التنظيمي.

- أ- **التعريف بالوكالة:** أنشأت هذه الوكالة من أجل النهوض بعملية الاستثمار من خلال عمليات الإعلام، التسهيل، ترقية الاستثمار، المساعدة والمراقبة وتسيير العقار الاقتصادي وتسيير نظام الامتيازات⁽¹⁾.
- تمنح امتيازات الإنجاز فقط بعد الانتهاء من الانجاز، يقدم المستثمر طلب منح الامتيازات الاستغلال التي تمنح حسب مقاييس لم تحدد بعروض المتوقع تستفيد منها الاستثمارات الكبرى.

⁽¹⁾ وثائق داخلية للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI - جيجل.

ب - الهيكل التنظيمي

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار - جيجل - .



المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI - جيجل -

ثانيا: دور الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI في تمويل القطاع السياحي في ولاية -جيجل- :

يمكن توضيح الاستثمارات السياحية المحولة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير جيجل وتطوير

الاستثمار خلال فترة (2012 - 2017)⁽¹⁾: من خلال الجدول الآتي:

⁽¹⁾ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، مركز استفتاء الإجراءات، يوم 07 /05 /2017، الساعة 14:30.

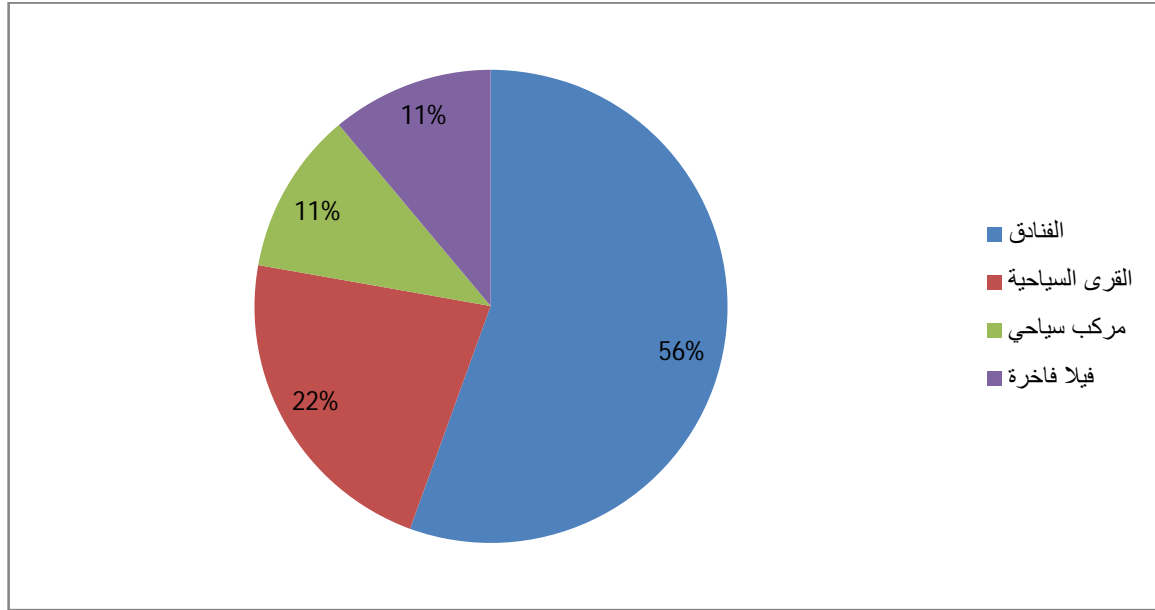
الجدول رقم(13): الاستثمارات السياحية الممولة من طرف الوكالة للاستثمار خلال الفترة (2011-2017).

| السنة | المكان | التمويل | عدد المناصب | الاستثمارات |
|-------|-----------------------------------|----------|-------------|---|
| 2011 | شارع الإخوة، منطقة الرابطة | البنك | 50 منصب | الفنادق 1- فندق ومطعم سياحي |
| | | الذاتي | | |
| 2014 | منطقة التوسع السياحي العوانة جيجل | 660.800 | 72 منصب | 2- فندق ومطعم سياحي |
| 2015 | منطقة التوسع السياحي العوانة | 980.926 | 30 منصب | 3- فندق ومطعم سياحي |
| 2015 | منطقة الصناعة بلارة الميلية | 587.914 | 50 منصب | 4- فندق ومطعم سياحي |
| 2016 | منطقة الشرقي لمدينة جيجل | 3.217150 | 305 | 5 - فندق ومطعم سياحي |
| 2016 | شاطئ تاسو...ص15 قرب نزل الزمرد | 238.332 | 42 منصب | - القرى السياحي 1- إنشاء قرية سياحية |
| 2016 | منطقة التوسع العوانة | 697.721 | 42 منصب | 2- إنشاء قرية سياحية |
| 2016 | منطقة سياحية العوانة | 901862 | 51 منصب | - المركبات السياحية 1 إنشاء مركب سياحي |
| 2017 | منطقة التوسع السياحي العوانة | 2217924 | 50 منصب | إقامات سياحية 1- إنشاء إقامة سياحية |

المصدر : الوثائق الداخلية للوكالة الوطنية لتطوير - جيجل - .

لتحليل الجدول يمكن إعداد الشكل التالي:

الشكل رقم (07): الاستثمارات السياحية الممولة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات بولاية جيجل - للفترة (2011 - 2017):



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول .

- حسب معلومات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات في الولاية أن عدد المشاريع السياحية الممولة من طرفها خلال الفترة (2011 - 2017) قدر ب 9 مشاريع (5 فنادق و 02 قرى سياحية ومركب سياحي و فيلا فاخرة) وحسب الإحصائيات أن هناك تزايد طفيف في تمويل الاستثمارات السياحية خلال هذه الفترة خاصة الفنادق، فإن هذه المشاريع الاستثمارية تلجأ إلى البنك من أجل إنجاز وإتمام مشروعها، فمصدرها الذاتية غير كافية، وأغلب الاستثمارات الممولة من طرف الوكالة عبارة عن فنادق لان هذه الأخيرة تحتاج رأس كبير، حيث بلغت نسبة مساهمتها 55% ثم تليها القرى السياحية بنسبة 22% و 11% لكل من المركب السياحي، والفيلا الفاخرة.

ثالثا: آليات منح الامتياز من طرف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

تمنح الوكالة امتيازات غالبيتها جبائية على مرحلتين الأولى مرحلة الإنجاز والثانية مرحلة الاستغلال، هذه الامتيازات بناء على قرار الوكالة بعد تقويم قبلي للمشاريع، وتحدد مدة الامتيازات التي تتراوح بين السنة والثلاث سنوات بالنسبة لمرحلة الانجاز وبين 3 سنوات وعشر سنوات بالنسبة لمرحلة الاستغلال .

أ- امتيازات الخاصة بمرحلة الانجاز: تقصد بالانجاز إنشاء المشروع وتختلف مدة الانجاز من سنة كأدنى حد إلى ثلاث سنوات كأقصى حد وتتمثل هذه الامتيازات فيما يلي:

- الإعفاءات الكلية أو الجزئية من حقوق تحويل الملكية، وكل الاقتناعات العقارية التي تدخل في الاستثمارات لمدة سنتين.

- الإعفاء الكلي أو الجزئي بالنسبة للسلع والخدمات التي تدخل في الاستثمارات سواء في القطاع السياحي أو قطاعات أخرى.

- تخفيض نسبة تطبيق الحقوق الجمركية على السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في انجاز المشروع.

ب- امتيازات الخاصة بمرحلة الاستغلال: نقصد بها الامتيازات التي تحصل عليها المستثمرة أثناء انطلاقه أو بداية مزاولته للنشاط المعنى وتختلف الاستغلال من حيث اختلاف المشروع (من 5 سنوات إلى 10 سنوات) وتتمثل فيما يلي:

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات.

- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني.

- الإعفاء من دفع مستحقات الملكية العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار السياحي، ومن الرسم العقاري ابتداء من تاريخ الحصول عليها ومدة الامتياز هي فترة الاستغلال بعد الانتهاء من مدة الإعفاءات في المجالين "الإنجاز"، "الاستغلال"، ودائما في إطار تشجيع الاستثمارات وتوقيتها تطبق نسبة منخفضة على الضرائب الخاصة بأرباح الشركات تقدر بنسبة 50% بالنسبة للأرباح المعاد استثمارها.

المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ-جيجل - في تمويل النشاط السياحي

من خلال هذا العنصر سنتطرق إلى تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ثم إلى الاستثمارات السياحية (أو الخدمات المرتبطة بالسياحة) التي تمويلها الوكالة

أولاً: تقديم الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ

أ- **تعريف الوكالة:** الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ هي مؤسسة عمومية اقتصادية مكلفة بتشجيع، تدعيم ومرافقة الشباب البطال الذين لديهم فكرة مشروع إنشاء مؤسسة، أنشأت سنة 1996، البداية الفعلية لنشاطها كانت خلال السداسي الثاني من سنة 1997⁽¹⁾.

ب- **مهام الوكالة:** نذكر بعض المهام فيما يلي:

- تدعم وتقدم الاستشارة وترافق الشباب ذوي المشاريع في إطار تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.
- تقوم بمتابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب وأصحاب المشاريع.
- تقدم علاقات متواصلة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التحليل المالي للمشاريع وتطبيق خطة التمويل ومتابعة انجاز المشاريع واستغلالها.

ج- أهداف الوكالة:

- خلق مناصب الشغل وامتصاص البطالة وتحقيق التنمية في شتى المجالات.
- اكتشاف المشاريع المبدعة وتشجيعها.
- تنويع الاقتصاد الوطني وذلك بإنشاء مؤسسات في جميع القطاعات.

د- شروط القرض:

- أن يكون الشاب المستثمر بطل.
- أن تكون لدى الشاب مؤهلات مهنية ذات علاقة بالنشاط المرتقب، وفكرة مشروع معين.
- بالنسبة للمشاريع السياحية المقننة، فهي تخضع لاعتماد يمنح من طرف مديرية السياحة.

⁽¹⁾ وشارات داخلية للوكالة الوطنية وتشغيل الشباب ANSEJ - وكالة جيجل.

- المساهمة الشخصية لصاحب المشروع (مبلغ مالي صافي).

هـ - الامتيازات التي يحصل عليها الشاب من الوكالة: يستفيد صاحب المشروع خلال مراحل إنشاء مؤسسة من⁽¹⁾:

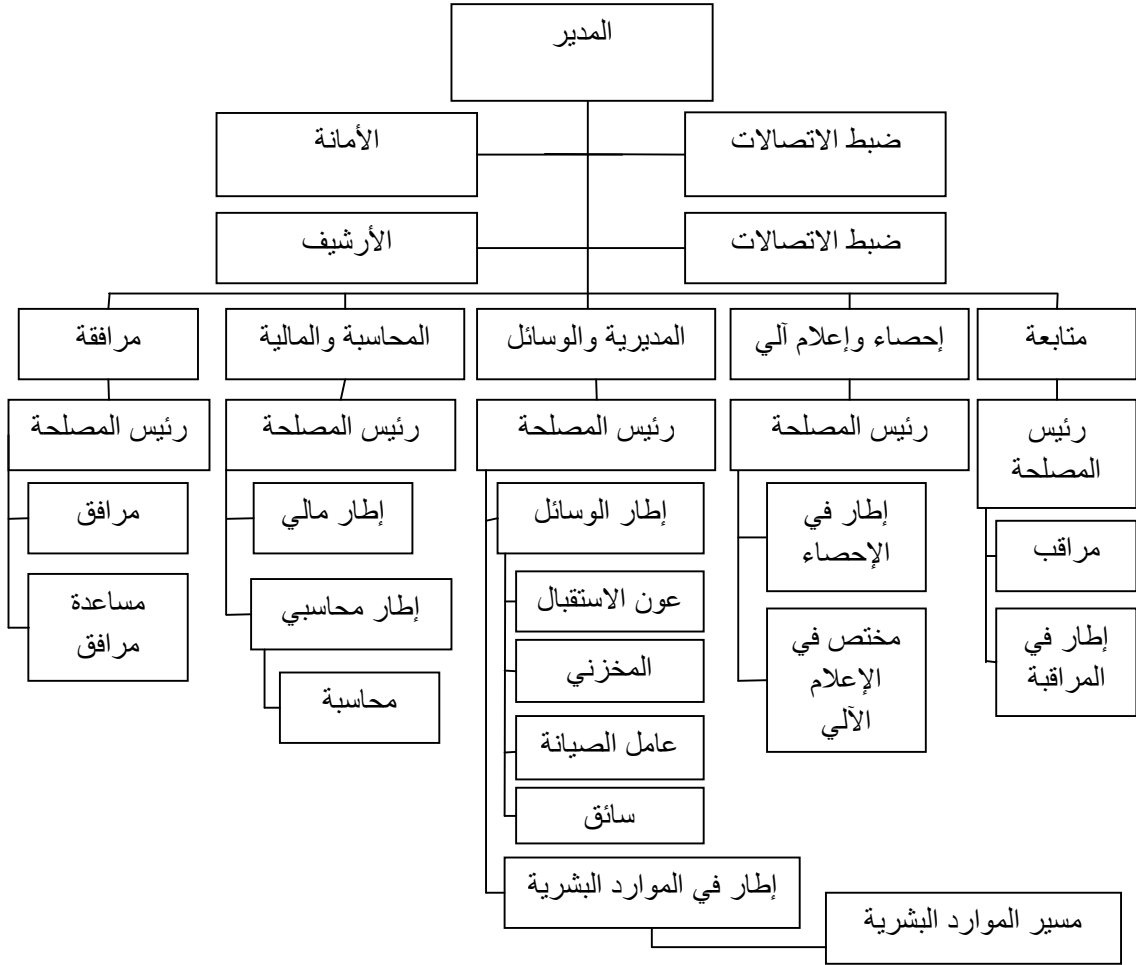
- امتيازات جنائية (الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة، وتخفيض الحقوق الجمركية في مرحلة الإنجاز، والإعفاء من الضرائب في مرحلة الاستغلال).

- الإعانات المالية (قرض بدون فائدة- تخفيض نسب الفوائد البنكية).

و- الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب .

⁽¹⁾مقابلة مع المكلف بالتكوين، الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب، وكالة جيجل - يوم 10 / 05 / 2017 على الساعة 10:00.

الشكل رقم (08): الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - وكالة جيجل -



المصدر: وثائق داخلية لدى الوكالة لدعم وتشغيل شباب ANSEJ - وكالة جيجل -

ثانيا: التركيبة المالية للمشروع:

يتم تمويل في هذه الوكالة وفق طريقتين:

أ - التمويل الثنائي: وفي هذا التمويل يكون طرفين فقط هما:

- المساهمة الشخصية للمستثمر.

- قرض بدون فائدة تمنحه الوكالة.

بحيث تكون قيمة الاستثمار من 5.000.00 دج إلى 10.000.00 دج، أما المساهمة الشخصية تكون بنسبة 72%، والوكالة تقدم قرض قيمته 28%.

- تستفيد المؤسسة (السياحية) المصغرة من الامتيازات التالية:

1- في مرحلة إنجاز المشروع:

- تطبيق معدل مخفض نسبته 5% من الحقوق الجمركية للتجهيزات المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

- الإعفاء من دفع رسوم الملكية على الاكتساب العقاري.

- الإعفاء من حقوق التسجيل على عقود التأسيس للمؤسسات.

2- في مرحلة استغلال المشروع:

- الإعفاء من الرسم العقاري على النيابات (لمدة 3 سنوات أو 6 سنوات).

- الإعفاء الكلي من الضريبة الجزافية الوحيدة ابتداء من تاريخ الاستغلال.

- تمديد فترة الإعفاء من الضريبة الجزافية الوحيدة لمدة عامين، عندما يتعهد المستثمر بتوظيف 3 عمال على الأقل لمدة غير محددة.

ب- التمويل الثلاثي: ففي هذا التمويل تكون مشاركة كل من المستثمر، البنك، والوكالة، وتكون قيمة الاستثمار تقدر من 5.000.00 إلى 1.000.000 والمساهمة الشخصية بـ 2% والقرض البنكي يكون لديه أكبر نسبة وتقدر 70% أمام الوكالة تقدم نفس القرض في التمويل الثنائي أي 28%.

- تستفيد المؤسسة (السياحية) المصغرة من تخفيض نسبة فائدة القرض البنكي بـ 100%.

تمنح لأصحاب المشاريع ثلاثة قروض إضافية:

- قرض بدون فائدة لاقتناء عربة ورشة: 500.000 دج.
- قرض بدون فائدة للكراء يصل إلى 500.000 دج.
- قرض بدون فائدة لإنشاء مكاتب جماعية يصل إلى 1.000.000 دج.

ثالثا: دور الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSJ في تمويل القطاع السياحي في ولاية -جيجل -.

يلخص الجدول الآتي حصيلة الاستثمارات السياحية التي مولتها الوكالة خلال الفترة (2012)، (2016).

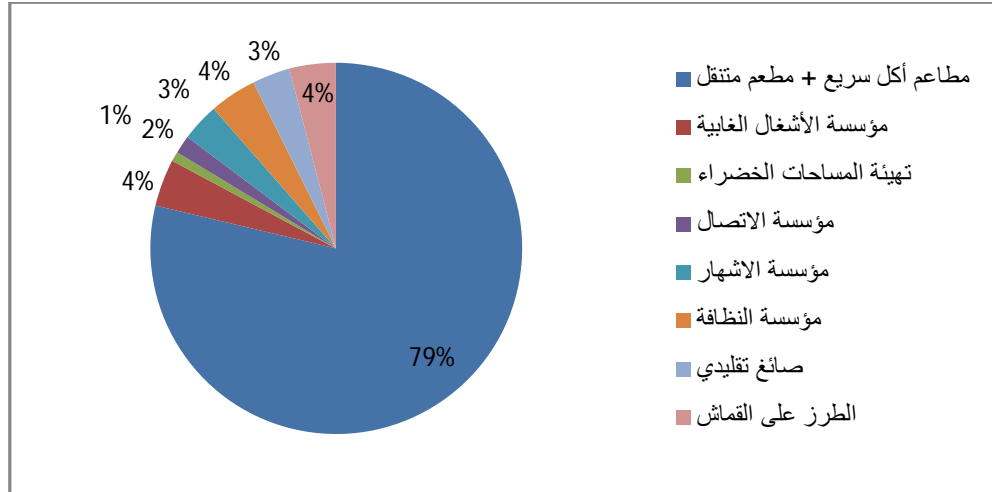
الجدول رقم (14) : الاستثمارات السياحية أو (الخدمات المكملة لها) الممولة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب لولاية جيجل في الفترة (2012-2016).

| العدد | الاستثمار |
|-------|-----------------------------|
| 95 | مطاعم أكل سريع + مطعم متنقل |
| 05 | الطرز على القماش |
| 04 | صانع تقليدي |
| 05 | مؤسسات النظافة |
| 04 | مؤسسات الاستثمار |
| 02 | مؤسسات الاتصال |
| 01 | تهيئة المساحات الخضراء |
| 05 | مؤسسة الأشغال الغابية |
| 121 | المجموع |

المصدر: وثائق داخلية للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب -جيجل-

- لتحليل الجدول يمكن إعداد الشكل التالي:

الشكل رقم (09):الاستثمارات السياحية أو (الخدمات المكملة لها) الممولة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب بولاية -جيجل- خلال الفترة (2012-2016).



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول .

من خلال الشكل نلاحظ أن الاستثمارات السياحية الممولة من طرف الوكالة قليلة، وهذا راجع إلى كونها تتطلب رأس مال كبير في حين لا يتعدى القرض الممنوح من طرف الوكالة 1 مليار سنتيم، ولهذا نلاحظ عدم وجود فنادق ضمن الاستثمارات الممولة من طرف الوكالة وهذا يدخل ضمن ضعف التمويل حيث يشكل عائق أمام الاستثمارات السياحية بالولاية، مما يؤدي إلى اتجاه الشباب إلى الاستثمارات الخدمية الصغيرة التي تعتبر مساعدة ومكملة للقطاع السياحي وهذا ما نلاحظ من خلال الشكل حيث أن أغلب الاستثمارات الممولة من طرف الوكالة تتمثل في مطاعم أكل سريع ومطعم متنقل بنسبة 78.5% تليها مؤسسة الأشغال الغابية والطرز على القماش بنسبة 4.4% ثم باقي المؤسسات بنسبة ضعيفة جدا.

وحسب معلومات الوكالة فإن الاستثمارات الممولة من الوكالة تعتبر مكملة للقطاع السياحي فهي تؤثر على القطاع من خلال ما تقدمه من خدمات تكميلية، كما تتأثر به باعتبار مشاريع الاستثمار في القطاع السياحي تشجع على قيام استثمارات في القطاعات الأخرى.

رابعا: معوقات النشاط السياحي حسب الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - جيجل -.

هناك صعوبات تواجهها الوكالة نذكر منها⁽¹⁾:

- الاستثمارات السياحية تتطلب رؤوس أموال ضخمة مثل الفنادق، الوكالة الوطنية تقدم قرض لا يتعدى 1 مليار وهذا الأخير لا يكفي لإنشاء أو الاستثمار لمشروع في المجال السياحي.
- نقص الثقافة السياحية لدى الشباب المستثمر وضعف الوعي السياحي من أجل إنشاء مؤسسات سياحية مصغرة.
- شروط الحصول على شهادة المطابقة (إقامة فنادق) هي شروط شبه مستحيلة مما أدى بالنفور بالاستثمار في هذا المجال.
- الإجراءات الإدارية تكون معقدة ولفترة طويلة مما يجعل المستثمر يتراجع عن تجسيد المشروع.
- * بالإضافة إلى الصعوبات المذكورة سابقا هناك صعوبات أخرى تواجهها الولاية نذكر منها:
- غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار السياحي مما يؤدي إلى نقص الاستثمارات السياحية.
- خوف المستثمرين في الوقوع في خسائر مادية نتيجة فشله في تحقيق العائد المتوقع لذلك نجد المستثمرين يتهربون من طلب القروض خوف من عدم القدرة على السداد وبالتالي الدخول في خدمات الديون وبوابة المشاكل.
- عدم وجود تنسيق كافي بين مديرية السياحة ومختلف الوكالات السياحية الموجودة على المستوى الولائي مما أدى إلى ضعف تنشيط السياحة.
- يعاني أصحاب المشاريع السياحية من مشاكل التمويل سواء في مرحلة الانطلاق المشاريع على الرغم من أن هناك اتفاقية أمضيت بين وزير السياحة والمدير العام لبنك التنمية المحلية مؤخرا يقتضي تنظيم لفائدة المستثمرين في قطاع السياحة.

(1) مقابلة مع السيدة المكلفة بالتكوين، الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ - جيجل - يوم 2017/05/17 على الساعة

- التمويل يكون عن طريق القروض البنكية حيث تمنح قروض قصيرة ومتوسطة الأجل وهذا لا يتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروض طويلة الأجل.

من خلال دراستنا لبعض الهيئات الداعمة أو الممولة للاستثمار السياحي أو الخدمات المكملة لها ، استنتجنا أن تمويل القطاع السياحي في ولاية جيجل يعاني نقص من حيث الجهات الداعمة لهذا القطاع، رغم امتلاك ولاية جيجل مقومات سياحية هامة إلا أنها تعاني من غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية مما يؤدي إلى نقص الاستثمارات السياحية في الولاية.

المطلب الثالث: بعض المقاربات لحل إشكالية تمويل الاستثمار السياحي بولاية -جيجل- .

إن تطور القطاع السياحي يرتبط ارتباطا وثيقا بعملية التمويل لذلك وجب على الجهات المعنية الاهتمام بهذا المجال والبحث عن الحلول اللازمة لمشكل التمويل وسوف نحاول اقتراح بعض الصيغ التمويلية المختلفة للتمويل والتي من شأنها أن تساهم في تطوير القطاع السياسي في الجزائر بصفة عامة وفي ولاية جيجل بصفة خاصة.

* **تمويل عملية التهيئة:** تعتبر الخطوة الأولى لأي مبادرة استثمارية سياحية ولا يمكن أن يقوم الاستثمار السياحي في مناطق غير متوفرة على البنية التحتية التي تتمثل أساسا في الطرقات وشبكة متطورة من الاتصالات وعليه فإن عملية التهيئة تعتبر من الاستثمارات الثقيلة لارتفاع تكاليفها.

إن الممول الأساسي لعملية التهيئة هي الدولة عن طريق إنشاء صندوق خاص بتهيئة المناطق السياحية.

* **العقار:** تعد عملية تسوية طريقة حيازة واستغلال العقار من العمليات التمويلية الأساسية في تدعيم الاستثمار السياحي، حيث يعتبر العقار الخطوة الأولى لتسوية العقد مع المستثمر من أجل تسهيل عملية الاستثمار السياحي ومن الدراسات التقنية المعبرة حول الموضوع، فإن العقار يمثل من 8% إلى 10% من الحجم الكلي للاستثمار السياحي.

كما أن تسوية عملية ملكية العقار أساسية لحصول المشروع على التمويل فالعقار يعتبر أداة ضمان.

*** تمويل عملية الانجاز:**

*** تمويل إنجاز المشاريع الضخمة:** عملية الاستثمار في الفنادق الضخمة والقرى السياحية يعتبر من العمليات الثقيلة التي ترتفع تكاليفها وتطول فترة الإنجاز وينقسم إلى:

- **عقود الشراكة:** بما أن الصناعة السياحية تتميز بطول فترة إنجاز المشروع فمن الضروري توفير شبكة تشكيلية من طرف التمويل الطويلة الأجل لتمويل النشاط السياحي.

- **التمويل لإيجاري:** إن الطبيعة الخدمية للقطاع السياحي تفرض درجة عالية من التجهيز داخل الهياكل الفندقية والسياحية

*** تمويل نشاط الهياكل السياحية**

- **المشاركة على أساس صفقة معينة:** تتمثل هذه العملية في مشاركة البنك مع المستثمر في تمويل صفقة أو عملية محدودة خلال النشاط الجاري للمشروع سواء تعلق الأمر بالسوق المحلية أو السوق الأجنبية، وهذا النوع من العمليات يطلب المصرف مشاركة المشروع بنسبة تتراوح بين 25% و 40% حسب نوع الصفقة.

*** تمويل عملية تسويق المنتج السياحي:** يتم ذلك من خلال:

- تمويل دورة الاستغلال لمكاتب الإعلان عن طريق مشاركة على أساس صفقة معينة من طرف المصرف وعقود السلم من طرف الهياكل الاستثمارية التي تستفيد منها بعد من نسبة إضافية من حجوزات لمحقة عن طريق مكاتب الترقية والإشهار.

- تكاليف حيازة أو إيجار العقار والتجهيزات لمكاتب الإعلان والمتدربين السياحيين.

- القيام بحملات إشهارية واسعة من أجل طبع صورة سياحية داخل الولاية.

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا توصلنا إلى أن القطاع السياحي والاستثمارات في الولاية تتطور تدريجيا، وهذا مؤشر جيد يعود بالنفع على القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، بالرغم من أن جلب العملات الصعبة ضعيف جدا نظرا لكون توافد السياح الأجانب إلى الولاية ضعيف جدا، فبالرغم من توفر الولاية على مقومات سياحية إلا أن الولاية تعاني من قلة الاهتمام بالقطاع السياح، وضعف التحفيزات في هذا المجال، وضعف التمويل باعتبار الاستثمارات السياحية تتطلب رأس مال كبير، كالفنادق مثلا، وغياب الثقافة السياحية للولاية، وغياب إستراتيجية واضحة للدولة، والهيئات المحلية فيما يخص تطوير القطاع السياحي... الخ.



الخاتمة

من خلال دراستنا لموضوع إشكالية تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر استنتجنا أن القطاع السياحي من القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا هاما في الكثير من دول العالم ، بما تحققة من تدفقات مالية وخلق فرص عمل و بديل للاستثمار الأجنبي إلا أن الأمر يتطلب توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع . كما أن القطاع السياحي في الجزائر مازال غارقا في مشاكل عديدة بالرغم من المبادرات المتعددة من الدولة الجزائرية لتطوير القطاع منذ الاستقلال إلى يومنا هذا ومن بين المشاكل مشكل تمويل الاستثمارات السياحية ، مما جعل المرافق السياحية في الجزائر (فنادق ، مطاعم .. الخ) في وضعية لا تليق بالسياحة الجزائرية ولا تخدم تطور القطاع السياحي إطلاقا ، وهذا ما يحتم على الدولة الجزائرية القيام بمجهودات أكبر لحل هذه المشاكل حتى يستطيع القطاع السياحي أن يحجز مكانة هامة ضمن الاقتصاد الوطني ، وقد حاولنا في الدراسة تسليط الضوء على تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر بصفة عامة وفي ولاية جيجل بصفة خاصة متعرفين على المشاكل التي تواجهها تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر وفي ولاية جيجل .

النتائج العامة للدراسة: من خلال دراستنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج سواء في الجانب التطبيقي أو الجانب النظري ونوجزها فيما يلي :

- تلعب السياحة دورا مهما في التنمية والتطوير الاقتصادي وذلك أنها تؤثر تأثيرا مباشرا على مستويات التشغيل والأجور والإنتاج وأنماط الاستهلاك والاستثمار وميزان المدفوعات .
- يعد الاستثمار السياحي من أهم الأنشطة في الاقتصاد عامة وفي السياحة خاصة والذي يتيح فرصا استثمارية ترفع القدرة على المنافسة في السوق السياحية العالمية .
- يتعرض الاستثمار السياحي في الجزائر عدة عراقيل تعيق سيره تتمثل في مشكل العقار الذي ينتج عنه الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي ، بالإضافة إلى مشكل التمويل وعزوف البنوك عن تقديم قروض طويلة الأجل تتناسب مع طبيعته .
- تباطؤ الاستثمار السياحي في الجزائر يعود في جزء منه إلى عدم ملائمة طرق التمويل مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتميز بطول فترة تحقيق العوائد وعدم تأكدها ، إضافة إلى كونه استثمار ثقيل ، فقد يحتاج إلى رأس المال ضخمة وهذا مالا يوفره البنوك التي تقتصر على قروض قصيرة ومتوسطة الأجل .

- رغم توفر ولاية جيجل على مقومات سياحية تؤهلها أن تكون قطب سياحي بامتياز ، إلا أن معظم الهياكل السياحية بالولاية لا ترقى إلى المستوى المطلوب (غياب إستراتيجية إدارية واستثمارية واضحة) .
- نقص الثقافة السياحية لدى المستثمر .

اختبار الفرضيات

- فيما يخص الفرضية الأولى المدرجة والتي محتواها توفر المقومات السياحية يعتبر محددًا أساسيًا للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر (فرضية منفية)، فبالرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية إلا أن القطاع السياحي لم يحظى بالاهتمام الكافي للنهوض به ، وهذا لكون الجزائر تواجه صعوبات في هذا القطاع نذكر منها مشكل العقار السياحي ومشكل التمويل اللذان يقفان في وجه تطوير القطاع السياحي .

- فيما يخص الفرضية الثانية والتي محتواها ضعف الاستثمار السياحي في ولاية جيجل يعود إلى محدودية أدوات التمويل (فرضية مثبتة) فحسب الدراسة الميدانية بالولاية وبالتحديد في الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب فإن أغلبية الاستثمارات هي عبارة عن خدمات مكملة للنشاط السياحي وهذا لكون رأس المال الاستثمار السياحي في الوكالة لا يتعدى 1 مليار دج وهذا الأخير لا يكفي للقيام بمشروع سياحي ، لأن الاستثمارات السياحية تتطلب رؤوس أموال ضخمة .

- فيما يخص الفرضية الثالثة والتي محتواها يعتبر القيد المالي من أهم العوامل التي تعيق بعث وتطوير الاستثمار السياحي في الجزائر (فرضية مثبتة)، حيث أن النظام المالي لا يتميز بالفاعلية ، غير قادر على التأقلم مع متطلبات المستثمرين، بحيث هناك صعوبات في العمليات الجارية (تحويل، مسك الحسابات، تحويل الأموال المودعة)، إذ أن تحويل صك بنكي مثلا من وكالة لأخرى تابعة لنفس البنك في نفس المنطقة يستغرق شهرا كاملا ولا ننسى القروض قصيرة ومتوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يحتاج إلى قروض طويلة الأجل .

الاقتراحات

- تخفيض معدل الفائدة ومنح امتيازات وتسهيلات التي تحفز المستثمرين في المجال السياحي .
- تنويع الاستثمار السياحي في مختلف مناطق الولاية ، قصد تحقيق التوازن وسد فجوات التنمية .

- تفعيل السوق المالية باعتبارها مصدر من مصادر التمويل كما أن البنوك الإسلامية عليها أن تبادر في سبيل تمويل الاستثمارات السياحية .
- زيادة حجم الاستثمارات السياحية ودعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي .
- نشر الثقافة السياحية لدى الأفراد لتشجيع السياحة الداخلية .
- يجب على الدولة أن تقوم بتمويل البنى التحتية والهياكل القاعدية لمناطق التوسع السياحي وهذا لتأثيره على دعم وتحفيز النشاط السياحي .
- تطوير القطاع السياحي في الجزائر يتطلب جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال حل مشكلة العقار السياحي والقضاء على البيروقراطية والفساد الإداري .
- القيام بحملات الدعاية والإشهار .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- الكتب:

1. أبو زيد محمد المبيروك : التحليل المالي شركات وأسواق مالية، الطبعة الثانية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
2. بهلول محمد بلقاسم :سياسة تخطيط التنمية وإعادة تنظيم مسارها في الجزائر ،الجزء الأول ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون ،الجزائر ، 1999.
3. جلدة سامر:البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، الطبعة الثانية ، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان ، 2009.
4. الحربي عباس رجاء ، التسويق السياحي في المنشآت السياحية ،الطبعة الأولى ،دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ،2012.
5. حسين عمر : الموسوعة الاقتصادية ،الطبعة الرابعة ،الدار الجامعية ،مصر ، 1995.
6. حنفي عبد الغفار: الإدارة المالية المعاصرة مدخل إتخاذ القرار،مطابع الأمل ،الدار الجامعية ،بيروت ، 1990.
7. الحواري مثنى الطه الدباغ إسماعيل محمد : مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة النشر والتوزيع ،عمان 2012.
8. خوني رابح،رقية حنفي:المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلة تمويلها ،الطبعة الأولى ،إيتراك للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2008.
9. رشيد مصطفى :اقتصاديات النقود ،والمصارف ، الطبعة السادسة ،الإسكندرية.
10. الروبي نبيل :اقتصاديات السياحة ،مؤسسة الثقافة الجامعية ،الإسكندرية ،1985، .
11. الزعبي هيثم محمد :الإدارة والتحليل المالي ،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ،الأردن 2000.
12. السعدي عصام حسن : التسويق والترويج السياحي الفندقي ،دار الراية ، عمان، 2008.
13. سكر مروان :مختارات في الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى ،دار المجدلاوي، 1999.
14. السيسي صلاح الدين حسن :القطاع المصرفي والاقتصاد الوطني ، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003.
15. الشحادة عبد الرزاق :محاسبة المنشأة المالية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ،1998.

16. الظاهر نعيم إلياس وسراب: **مبادئ السياحة** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ، 2007.
17. عبد الرحيم محمد إبراهيم: **اقتصاديات الاستثمارات والتمويل والتحليل المالي**، مؤسسات شباب الجامعة الإسكندرية، 2000.
18. عبد العزيز أحمد أمين: **الأسواق المالية**، دار قباء الحديثة، للنشر والتوزيع، القاهرة 2007.
19. عبد الغاني رعد مجيد: **الاستثمار والتسويق السياحي**، الطبعة الأولى، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
20. عبد المطلب عبد الحميد: **البنوك الشاملة عملياتها وإداراتها**، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000.
21. علام أحمد السميع: **علم الاقتصاد السياحي** ، دار الوفاء للطبع والنشر ، الإسكندرية ، 2007.
22. غنيم عثمان ، محمد نبيل أسعد : **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل** ، الطبعة الأولى دار الصفاء ، عمان ، 1999.
23. لطرش الطاهر: **تقنيات البنوك**، الطبعة السابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، 2011.
24. ماهر عبد العزيز: **صناعة السياحة** ،دار زهران ،عمان ، 2008.
25. مطر محمد: **الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
26. مقابلة خالد: **فن الدلالة السياحية**، الطبعة الأولى ،دار زهران ، عمان 1999.

- الرسائل:

1. بديعة بوعقلين : **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي في الجزائر**، - السياحة في الجنوب الغربي - أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.
2. برنجي أيمن : **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك** -دراسة حالة لمجموعة من الفنادق - مذكرة ماجستير ، فرع الإدارة التسويقية ، جامعة بومرداس 2009.
3. بعابشة نبيل: **أهمية القطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الوطني** ، دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس ،المغرب ، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2013، 2013.
4. حيزيه حاج الله: **الاستثمارات السياحية في الجزائر**، رسالة ماجستير، جامعة البليدة الجزائر، 2000.

5. ريان درويش: **الاستثمارات السياحية**، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1997.
6. سعاد صديقي: **دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2006.
7. سناء خميسي، شعباني خديجة: **التخطيط السياحي ودوره في التنمية السياحية -دراسة حالة الجزائر -**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2012.
8. عبد القادر بودي، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي في الجزائر**، - السياحة في الجنوب الغربي - أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011.
9. عبد القادر بودي: **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2006.
10. محمد عز الدين: **التطور السياحي في الجزائر**، مذكرة ماجستير غير منشورة كلية الاقتصاد جامعة الجزائر، 2001.
11. هدير عبد القادر: **التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية**، دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011.
12. هدير عبد القادر: **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006.

- الملتقيات والمجلات والمؤتمرات:

* الملتقيات:

1. بوالمح منيرة، بوسعيد إلهام: **إشكالية تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر**، ورقة بحثية، الملتقى الدولي بعنوان الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، يومي 22 و27 نوفمبر 2014.

2. بوفليح نبيل ، تقوروت محمد :دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شما إفريقيا - حالة الجزائر ، تونس ، المغرب -، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر ، الواقع والآفاق ، جامعة البويرة ، الجزائر، يومي 11 و12، ماي ، 2010.
3. حمزة العرابي ، إيمان نوار : التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية ،الملتقى الدولي حول الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من تجارب الدول الرائدة ، جامعة جيجل، يومي 9 و10 نوفمبر 2016.
4. الطيب الدوادي ، عبد الحفيظ مسكين :الاستثمار السياحي في المناطق السياحية،دراسة حالة ولاية جيجل ورقة بحثية ، الملتقى الدولي بعنوان الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة ، المركز الجامعي تيبازة ،يومي 26 و27 نوفمبر 2014.
5. عيسى مرزاق ، محمد الشريف شخشاخ : التنمية السياحية المستدامة في الجزائر ،الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، يومي 9 و10 مارس ، 2010.

* المجلات:

1. شبايكي حفيظة مليكة :موقع السياحة في الاقتصاد الوطني ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري ، قسنطنسة ،الجزائر ،العدد16ديسمبر ، 2001 .
2. فوزية بوصفصاف : تشخيص إستراتيجية التسويق السياحي في الجزائر ، مجلة رؤى ، جامعة الوادي ، الجزائر ، العدد9 سبتمبر ، 2015.
3. منصورى زين :واقع وآفاق سياسة الاستثمار السياحي في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، عدد2،جامعة الشلف .

* المؤتمرات:

1. عمروش الشريف ، عامر بشير :السياسة السياحية في الجزائر ، واقع وآفاق ، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة البليدة ، يومي 25،24أفريل ،2010.

- التقارير:

1. وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ،تتفيد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ،الجزائر ،2008.
2. وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب 5، المشاريع الأولوية السياحية، 2008.
3. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

-المقابلات:

1. مقابلة مع السيد ،رئيس مكتب التنمية ومتابعة الاستثمار،مديرية السياحة ولاية جيجل .
2. مقابلة مع السيد المكلف بمركز استفتاء،الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار .
3. مقابلة مع السيدة ،مكلفة بالتكوين ، الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ،ANSEJ، وكالة - جيجل -

-مراجع أخرى

1. مديرية السياحة لولاية جيجل ، المنوغرافيا السياحية،أفريل 2017.

ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية

- الكتب :

2. Andrea Molar : **statistique pour politique de l'environnement**, Munich, DWIF ,2000.
3. François villas : **tourisme mondial**, que sais-je ? 5^{eme} édition, paris, presses, universitaires, 1993.
4. Hachimi Madouch :**le tourisme en Algerie,jeu et enjeux**, édition Houma, Algerie.
5. Heddar Belkacem : **ROL socio économique du tourisme**, (cas d'Alger) ,1988.
6. Patrick bouchât et marie le brun : **management du tourisme sportif**, qu'est atlantique, paris, 2009.
7. Perry paye : **le tourisme un phénomène économiques**, documentations, français, paris, 2002.
8. rebert laquer : **le tourisme international**, que sais ?5^{eme} presses, universitaire, paris, 1993.

ثالثا:مواقع الأنترنت

1. [http:// www.djazairess.com/aps/247986](http://www.djazairess.com/aps/247986).

مراجع أخرى

1. Ministère des tourisimes et l artisanat, plan d actions partenariat, journée d études sur le tourisme, Algérien a l horizon, 2010.
2. Ministère des finances, tourisme soutien, fiscal au secteur potentiellement, la lettra de PGI, N=43 ? 2009.

قائمة الملاحق

الملخص

الملخص:

تعتبر السياحة اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم، التي تلعب دورا بارزا في تنمية وتطوير البلدان، وهذا ما يفسر ضخامة الاستثمارات الموجهة لهذا القطاع في الدول مثل: ايطاليا، اسبانيا، واليونان، وغيرها من الدول التي حققت تقدما كبيرا في هذا المجال.

ورغم المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر، فان القطاع السياحي لم يحظى بالاهتمام الكافي، إلا في السنوات الأخيرة، وهذا مع اعتماد إستراتيجية التنمية المستدامة، التي تقوم على تنويع الاقتصاد والاهتمام بقطاعات أخرى خارج قطاع المحروقات، ومن بينها قطاع السياحة، الذي يمكنه أن يوفر موارد مالية لا يستهان بها، إذ ما أزيلت العراقيل التي تقف أمامه، وخاصة العراقيل المرتبطة بصعوبة الحصول على العقار وصعوبة الحصول على مصادر التمويل .

وحاولنا في هذه الدراسة استعراض تجربة جزائرية بخصوص تمويل الاستثمارات السياحية، في ظل مختلف المخططات التنموية، مع تسليط الضوء على الصعوبات التي يواجهها المستثمرين في قطاع السياحة، والحلول الممكنة، للتغلب على تلك الصعوبات، متخذين من ولاية جيجل كمجال للدراسة.

الكلمات المفتاحية: السياحة ، التمويل ، الاستثمار السياحي.

Résumé

Le tourisme est aujourd'hui l'un des secteurs économiques et sociaux dans le monde, qui jouent un rôle important dans le développement et au développement des pays, ce qui explique l'ampleur des investissements destinés à ce secteur dans des États comme l'Italie, l'Espagne, de la Grèce, d'autres États qui ont accompli des progrès considérables dans ce domaine.

Bien des infrastructures touristiques qui offrent de l'Algérie, le secteur du tourisme ne bénéficie d'une attention suffisante, mais ces dernières années, avec l'adoption stratégie du développement durable et de la diversification de l'économie et l'intérêt des secteurs autres que le secteur des combustibles, notamment le secteur du tourisme, qui peut apporter des ressources financières considérables, qui avaient été enlevés des obstacles qui s'opposent devant elle, en particulier les obstacles liés à la difficulté d'accès à la propriété et à la difficulté d'accès aux sources de financement.

Nous avons tenté de l'étude de l'examen de l'expérience algériennes qui concernant le financement des investissements touristiques, dans le cadre de divers programmes de développement, en mettant l'accent sur les difficultés auxquelles se heurtent les investisseurs dans le secteur du tourisme, et des solutions possibles et de surmonter ces difficultés, La mise en du mandat de Jijel; comme matière l'étude.

Mots de clés :Le tourisme, financement 'investissements touristiques.