

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة البليدة 2

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : العلوم الاقتصادية

العنوان : دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية دراسة استشرافية
للبنوك الإسلامية الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية
تخصص : الصيرفة الإسلامية

إشراف الدكتور:
أ.د. رزيق كمال

إعداد الطالبة:
زيار ربيعة

السنة الجامعية: 2023/2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة البليدة 2

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : العلوم الاقتصادية

العنوان : دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية دراسة استشرافية

للبنوك الإسلامية الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية

تخصص : الصيرفة الإسلامية

إشراف الدكتور:

أ.د. رزيق كمال

إعداد الطالبة:

زيار ربيعة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د. علاش أحمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	رئيسا
أ.د. رزيق كمال	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	مشرفا و مقرا
أ.د. اللوشي محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
أ.د. بوشامة مصطفى	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
أ.د. بن عمور سمير	أستاذ محاضر أ	جامعة المدية	عضوا مناقشا
أ.د. لباز الأمين	أستاذ محاضر أ	جامعة الجلفة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ:

فَتَبَسَّمَ ضَاحِكًا مِّن قَوْلِهَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ

نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ

صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ

الصَّالِحِينَ

النمل (الآية 19)

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

"اقرأ باسم ربك الذي خلق"

أحمد الله عز وجل وأشكره على منحي القدرة والصبر لإتمام هذا العمل وأن يعلمنا ما ينفعنا و ينفعنا بما علمنا، كما أتقدم للأستاذ: " رزيق كمال" و بصفته مستشارا لرئيس الجمهورية بالشكر الجزيل على الدعم والتوجيه، والنصائح القيمة و تسهيلاتة الدائمة رغم انشغالاته، وكذا اللجنة التي أعطتنا من وقتها لتصحيح و تصويب أطروحتي جزيل الشكر و الاحترام.

كما أتقدم بجزيل الشكر للأستاذ: "جغلاف علي" للمساعدات

القيمة المقدمة و نصحه، و الأستاذ: "أحمد مقربين" الذي ساعدني في هذا البحث و قدم لي المراجع و النصح و الدعم.

و إلى كل الأساتذة المؤطرين وخاصة الأستاذ: "عوالي بلال" و الأستاذ: "زواوي حمزة" و الإداريين و خاصة الأخت "قيزاتي آسيا" المحترمة شكر خاص جدا لكل ما قدمته من مساعدات

و زملائي المحترمين بالدفعة.

كلية العلوم الاقتصادية لجامعة البليدة 2

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساهم من قريب أو بعيد في

إنجاز هذا العمل.

الإهداء

أهدي نجاحي بإتمام هذا العمل المتواضع إلى:

وطني الحبيب " الجزائر "

والدي :من كان دعائهما سر نجاحي ورضائهما سر فلاحِي إلى "أبي وأمي"

أطال الله عمرهما

إلى من ساعدوني و تحملوا عناء سفري ارتكزت عليهم كل الفضل و الامتنان أخي "أيوب" أتمنى لك كل الخير و"زوجي" لك مني كل التقدير،

من تتبع خطوات هذا العمل بكل كبيرة و صغيرة ومن اعتمدت عليه في شدتي، سندي في الحياة ليس له مثيل ولا أحد يكون له بديل له كل الفضل:

إلى "زوجي الحبيب محمد الأمين"

وإلى أغلى ما أملك في الوجود أبنائي

"جاسم شهاب الدين" و"أبرار" و "بسملة"

حفظهم الله

إلى أهل زوجي: والداه أدامهما الله وأطال عمرهما، وشكر خاص لهما على رعاية أطفالي،

إلى أختاي: "نرجس" و أبناءها(سعاد، عبد الجليل، ادم، أيهم)و إلى روح زوجك الطاهرة رحمه الله،

" زينب" وعائلتها(عبد الحميد، ماسيليا، نوميديا)،

أخوتي: حمزة وعائلته(سارة، محمد)، عقبة أتمنى لكم الخير،

إلى: بلال وعائلته، نعيمة وعائلتها، زين الدين وعائلته،

إلى صديقاتي المحترمات: "زينب شامي" وعائلتها، "أمينة سعيدي"، "شرقي وافية" وعائلتها،

"بوعزيز مريم" و "حياة" و "زينب" و كل عائلتهما

أتمنى لكم مثل هذا النجاح و لأحببتكم في القريب شكرا على دعمكم

إلى كل من أعرفه وكل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد أتمنى لكم التوفيق في الحياة.

الملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور آلية البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية وفق دراسة استشرافية للبنوك الإسلامية الجزائرية (بنك البركة و بنك السلام)، و هذا في ظل قلة التمويلات الموجهة لقطاعات الصناعة السياحية و كتوجه جديد نحو مجال الصيرفة الإسلامية و خاصة ما تحمله آلية البيع بالتقسيط من مميزات و كذلك من تطبيقات مبتكرة و معاصرة من شأنها أن تخدم القطاع السياحي .

و تم دراسة واقع الصناعة السياحية بالجزائر من جهة و الصيغ التمويلية المختلفة من خلال البنوك الإسلامية الناشطة من جهة أخرى و لتبيان نجاعة البيع بالتقسيط في تمويله لمختلف نشاطات الصناعة السياحية و التي استخلصناها من دراستنا لتجربة المملكة العربية السعودية من خلال مصرف الراجحي كنموذج لتمويلاته للصناعة السياحية بالمملكة و محاكاتها مع البنوك الإسلامية الجزائرية، و تقديمنا لمقترحات و حلول تمويلية وفق آلية البيع بالتقسيط و مختلف تطبيقاته المستحدثة لترقية الصناعة السياحية بالجزائر .

الكلمات المفتاحية: البيع بالتقسيط، الصناعة السياحية، البنوك الإسلامية، صيغ التمويل الإسلامي.

Abstract:

This study aims to determine the role of the mechanism of selling by installments in promoting the tourism industry according to a forward-looking study of Algerian Islamic banks (Al Baraka Bank and Al Salam Bank), and this is in light of the lack of funds directed to the sectors of the tourism industry and as a new direction to wards the field of Islamic banking, especially what the sales mechanism carries. Installment is one of the advantages, as well as innovative and contemporary applications that serve the tourism sector.

And the reality of the tourism industry in Algeria was studied on the one hand, and the various financing formulas through the active Islamic banks on the other hand, and to show the effectiveness of selling by installments in financing the various activities of the tourism industry, which we concluded from our study of the experience of the Kingdom of Saudi Arabia through Al-Rajhi Bank as a model for its financing of the tourism industry in the Kingdom. And its simulation with Algerian Islamic banks, and our presentation of proposals and financing solutions according to the mechanism of selling by installments and its various applications developed to promote the tourism industry in Algeria.

Key words: sale by installments, tourism industry, Islamic banks, Islamic financing formulas.

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

الصفحة	المحتويات
II	البسملة
III	الآية القرآنية الكريمة
IV	شكر و تقدير
V	إهداء
VI	الملخص
VII-VII	فهرس المحتويات
XVII-XII	فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية
VII-XVIII	قائمة الجداول و الأشكال
VII	قائمة الملاحق
8-1	مقدمة
2	أولا : الإشكالية الرئيسية
2	ثانيا : الأسئلة الفرعية
3	ثالثا : فرضيات البحث
3	رابعا : أسباب اختيار الموضوع
4	خامسا : أهداف البحث
4	سادسا : أهمية البحث
5	سابعا : منهج البحث
5	ثامنا : إطار البحث
5	تاسعا : الدراسات السابقة
7	عاشرا : بنية خطة الدراسة
80-9	الفصل الأول: مدخل للصناعة السياحية
9	تمهيد
11	المبحث الأول: ماهية السياحة و الصناعة السياحية
11	المطلب الأول : مفهوم السياحة والمصطلحات المرتبطة بها

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

17	المطلب الثاني : أنواع السياحة
24	المطلب الثالث : الصناعة السياحية كصناعة متكاملة
34	المبحث الثاني: التخطيط السياحي و أهم مؤشرات السوق السياحي
34	المطلب الأول :التخطيط السياحي
41	المطلب الثاني: السوق السياحية وآلياتها
51	المطلب الثالث:الآثار الاقتصادية للصناعة السياحية
56	المبحث الثالث: المنشآت السياحية وتمويلها
56	المطلب الأول: تعريف المنشآت السياحية وأنواعها
69	المطلب الثاني : دور المنشآت السياحية في تفعيل الصناعة السياحية
75	المطلب الثالث: الاستثمار في الصناعة السياحية ومصادر التمويل المختلفة
80	خلاصة الفصل الأول
129-81	الفصل الثاني: البيع بالتقسيط، أحكامه وتطبيقاته المعاصرة
82	تمهيد
83	المبحث الأول: ماهية البيع بالتقسيط، وأحكامه
83	المطلب الأول : ماهية البيع
87	المطلب الثاني: البيع بالتقسيط و أحكامه
104	المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن البيع بالتقسيط و أهم المزايا و العيوب
105	المطلب الأول : الآثار المترتبة عن البيع بالتقسيط
110	المطلب الثاني: مزايا و عيوب البيع بالتقسيط
112	المبحث الثالث: التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط
113	المطلب الأول : الآليات المستحدثة و المطابقة لآلية البيع بالتقسيط
127	المطلب الثاني : صورة البيع بالتقسيط في بطاقات الدفع الائتماني
129	خلاصة الفصل الثاني
229-131	الفصل الثالث: واقع الصناعة السياحية في الجزائر
132	تمهيد
133	المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر والجهات المنظمة له
133	المطلب الأول : التطور التاريخي للسياحة
137	المطلب الثاني : الإمكانيات السياحية في الجزائر

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

150	المطلب الثالث: الهياكل التنظيمية للسياحة في الجزائر
156	المبحث الثاني: مؤشرات تنافسية الصناعة السياحية و مكانتها في الاقتصاد الوطني
156	المطلب الأول: مؤشرات التنافسية للصناعة السياحية
11	المطلب الثاني: مكانة الصناعة السياحية في الجزائر بحسب مؤشرات التنافسية مع الدول العربية
166	المطلب الثالث: صناعة السياحة في الجزائر من منظور إحصائي و تحليلي
200	المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للصناعة السياحية وسياسات الدولة لترقيتها
200	المطلب الأول: أثر الصناعة السياحية على الاقتصاد الوطني
211	المطلب الثاني :الاستثمارات السياحية في الجزائر وتمويلها
223	المطلب الثالث : مخططات وسياسات ترقية الصناعة السياحية في الجزائر
229	خلاصة الفصل الثالث
304-230	الفصل الرابع: البنوك الإسلامية في الجزائر-دراسة بنكي البركة و السلام-
231	تمهيد
232	المبحث الأول: ماهية البنوك الإسلامية
232	المطلب الأول: مفهوم البنوك الإسلامية
233	المطلب الثاني: خصائص البنوك الإسلامية
237	المطلب الثالث : أهداف البنوك الإسلامية
240	المبحث الثاني : بنك البركة الجزائري
240	المطلب الأول : التعريف بمجموعة البركة المصرفية
242	المطلب الثاني: التعريف ببنك البركة الجزائري
266	المطلب الثالث: النشاط التمويلي لبنك البركة و مؤشرات
276	المبحث الثالث: بنك السلام الجزائري
277	المطلب الأول: التعريف ببنك السلام
285	المطلب الثاني: النشاط التمويلي لبنك السلام و مؤشرات
298	المطلب الثالث: معلومات حول الميزانية
304	خلاصة الفصل الرابع
393-305	الفصل الخامس: دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر من خلال دراسة تجربة المملكة العربية السعودية

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

306	تمهيد
307	المبحث الأول: تجربة المملكة العربية السعودية لترقية القطاع السياحي
307	المطلب الأول: نظرة عامة حول القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية
315	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المملكة العربية السعودية
329	المطلب الثالث: الاستثمار في القطاع السياحي و البرامج التمويلية
343	المبحث الثاني: دور البنوك الإسلامية بالمملكة العربية السعودية في ترقية الصناعة السياحية - دراسة مصرف الراجحي نموذجاً -
343	المطلب الأول: نبذة عامة عن مصرف الراجحي
354	المطلب الثاني : آلية البيع بالتقسيط لمصرف الراجحي
357	المطلب الثالث : دور مصرف الراجحي في ترقية الصناعة السياحية بالمملكة العربية السعودية
376	المبحث الثالث: استشراف دور البيع بالتقسيط لترقية الصناعة السياحية في الجزائر بالمحاكاة وتجربة مصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية
377	المطلب الأول: محاكاة الصناعة السياحية في المملكة العربية السعودية والصناعة السياحية في الجزائر
381	المطلب الثاني: الصيغ التمويلية المتاحة للبنوك الإسلامية الجزائرية واستشراف دور البيع بالتقسيط من خلال تجربة مصرف الراجحي
388	المطلب الثالث: الاستفادة من تجربة مصرف الراجحي لترقية الصناعة السياحية في الجزائر وفق آلية البيع بالتقسيط
393	خلاصة الفصل الخامس
400-395	الخاتمة
415-401	قائمة المراجع و المصادر
448-416	الملاحق

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

فهرس الآيات القرآنية

الرقم	الآية	السورة	الرقم
01	وَشَرُّهُ يَبْمَنٍ	يوسف	20
02	وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا	البقرة	275
03	وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ	البقرة	282
04	إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ	النساء	29
05	لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ	البقرة	198
06	قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ	الأعراف	29
07	إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ	المائدة	42
08	ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا	البقرة	275
09	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ	البقرة	282
10	إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ	النساء	29
11	وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ	الحج	78
12	يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ	البقرة	185
13	إِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ	البقرة	280
14	مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِي بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ	النساء	12
15	وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ	الجمعة	10
16	فَاتَّبِعُوا أَمْرَكُمْ بِرِزْقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ	الكهف	19
17	وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ	الحديد	07

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

فهرس الأحاديث النبوية

الرقم	الحديث	الصفحة
01	إنما البيعُ عن تراضٍ الراوي : أبو سعيد الخدري المحدث : الألباني المصدر : إرواء الغليل الصفحة أو الرقم 5/125 : خلاصة حكم المحدث : إسناده صحيح	84
02	الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لهما في بَيْعِهِمَا الراوي : حكيم بن حزام المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم 2082	85 114
03	قيل : يا رسولَ الله، أيُّ الكسبِ أطيبُ ؟ قال : كسبُ الرَّجُلِ بيده، وكلُّ بيعٍ مبرورٍ الراوي : رافع بن خديج المحدث : البيهقي المصدر : شعب الإيمان الصفحة أو الرقم 2/549	84
04	أَنَّهُ التَّمَسَّ صَرَفًا بِمِئَةِ دِينَارٍ، فَدَعَانِي طَلْحَةُ بْنُ عُبَيْدٍ اللَّهِ، فَتَرَاوَضْنَا حَتَّى اصْطَرَفَ مِنِّي، فَأَخَذَ الذَّهَبَ يُقْلِبُهَا فِي يَدِهِ، ثُمَّ قَالَ: حَتَّى يَأْتِيَ خَازِنِي مِنَ الْغَابَةِ، وَعُمُرُ يَسْمَعُ ذَلِكَ، فَقَالَ: وَاللَّهِ لَا تُفَارِقُهُ حَتَّى تَأْخُذَ مِنْهُ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ رَبًّا إِلَّا هَاءَ وَهَاءَ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ رَبًّا إِلَّا هَاءَ وَهَاءَ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ رَبًّا إِلَّا هَاءَ وَهَاءَ، وَالتَّمَرُ بِالتَّمَرِ رَبًّا إِلَّا هَاءَ وَهَاءَ. الراوي : عمر بن الخطاب، المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري، الصفحة أو الرقم : 2174 برواية أخرى: الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ، وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ، وَالتَّمَرُ بِالتَّمَرِ، وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، سَوَاءٌ بِسَوَاءٍ، يَدًا بِيَدٍ، فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ، فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ، إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ. الراوي : عبادة بن الصامت المحدث : مسلم المصدر : صحيح مسلم الصفحة أو الرقم: 1587	85 99

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

93	05	أَنَّهَا أَرَادَتْ أَنْ تَشْتَرِيَ بَرِيرَةَ لِّلْعِنَقِ، وَأَرَادَ مَوَالِيهَا أَنْ يَشْتَرِطُوا وِلَاءَهَا، فَذَكَرَتْ عَائِشَةُ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالَ لَهَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: اشْتَرِيهَا؛ فَإِنَّمَا الْوَلَاءُ لِمَنْ أَعْتَقَ. قَالَتْ: وَأَتَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِالْحِمِّ، فَقُلْتُ: هَذَا مَا تُصَدِّقُ بِهِ عَلَى بَرِيرَةَ، فَقَالَ: هُوَ لَهَا صَدَقَةٌ، وَلَنَا هَدِيَّةٌ. الراوي : عائشة أم المؤمنين المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم : 1493
93	06	اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ بِسَبِيئَةٍ، وَرَهْنَهُ دِرْعًا لَهُ مِنْ حَدِيدٍ. الراوي : عائشة أم المؤمنين المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم : 2251
93	07	قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ بِالنَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ، فَقَالَ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوزنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ، حَدَّثَنَا عَلِيٌّ، حَدَّثَنَا سُفْيَانُ، قَالَ: حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي نَجِيحٍ، وَقَالَ: فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ. الراوي : عبدالله بن عباس المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم : 2240
93	08	كَانَ عَلَى النَّبِيِّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - ثَوْبَانِ قَطْرِيَّانِ غُلِيظَانِ، فَكَانَ إِذَا قَعَدَ فَعَرَقَ ثَقُلًا عَلَيْهِ، فَقَدِمَ بَرٌّ مِنَ الشَّامِ لِفُلَانٍ الْيَهُودِيَّ، فَقُلْتُ : لَوْ بَعُثْتُ إِلَيْهِ، فَاشْتَرَيْتُ مِنْهُ ثَوْبَيْنِ إِلَى الْمَيْسِرَةِ، فَأَرْسَلَ إِلَيْهِ، فَقَالَ : قَدْ عَلِمْتُ مَا يَرِيدُ ؛ إِنَّمَا يَرِيدُ أَنْ يَذْهَبَ بِمَالِي، فَكَذَّبَ ! قَدْ عَلِمَ أَنِّي أَتَقَاهُمْ وَأَدَاهُمْ لِلْأَمَانَةِ. الراوي : عائشة أم المؤمنين المحدث : الألباني المصدر : هداية الرواة الصفحة أو الرقم : 4287
95	09	نهى عن بيعتين في بيعة الراوي : أبو هريرة المحدث : الألباني المصدر : السلسلة الصحيحة الصفحة أو الرقم : 5/419
96	10	إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعِينَةِ وَاتَّبَعْتُمْ أَذْنَابَ الْبَقَرِ وَتَرَكْتُمُ الْجِهَادَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَرْسَلَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ ذَلًّا لَا يَرْفَعُهُ عَنْكُمْ حَتَّى تَرْجِعُوا دِينَكُمْ الراوي : عبدالله بن عمر المحدث : ابن تيمية المصدر : القواعد النورانية

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

	الصفحة أو الرقم 17 :	
96	لا تَبِعْ ما ليس عندَكَ الراوي : حكيم بن حزام المحدث : ابن باز المصدر : مجموع فتاوى ابن باز، الصفحة أو الرقم: 20/19	11
96	لا يَحِلُّ سلفٌ وبيعٌ، ولا شرطانِ في بيعٍ، ولا ربحٌ ما لم يضمنُ. الراوي : عبدالله بن عمرو المحدث : الألباني المصدر : صحيح النسائي، الصفحة أو الرقم: 4644	12
98	أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، نَهَى أَنْ يَبِيعَ الرَّجُلُ طَعَامًا حَتَّى يَسْتَوْفِيَهُ قُلْتُ لِابْنِ عَبَّاسٍ: كَيْفَ ذَلِكَ؟ قَالَ: ذَلِكَ دَرَاهِمُ بَدْرَاهِمَ وَالطَّعَامُ مُرْجَأٌ. الراوي : عبدالله بن عباس المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري، الصفحة أو الرقم: 2132	13
98	لَقَلَّ يَوْمٌ كَانَ يَأْتِي عَلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، إِلَّا يَأْتِي فِيهِ بَيْتٌ أَبِي بَكْرٍ أَحَدَ طَرَفِي النَّهَارِ، فَلَمَّا أُذِنَ لَهُ فِي الْخُرُوجِ إِلَى الْمَدِينَةِ، لَمْ يَرْعْنَا إِلَّا وَقَدْ أَتَانَا ظُهُرًا، فَخَبَّرَ بِهِ أَبُو بَكْرٍ، فَقَالَ: مَا جَاءَنَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي هَذِهِ السَّاعَةِ إِلَّا لِأَمْرٍ حَدَثَ، فَلَمَّا دَخَلَ عَلَيْهِ قَالَ لِأَبِي بَكْرٍ: أَخْرِجْ مَنْ عِنْدَكَ، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّمَا هُمَا ابْنَتَايَ -يَعْنِي عَائِشَةَ وَأَسْمَاءَ- قَالَ: أَشَعَرْتَ أَنَّهُ قَدْ أُذِنَ لِي فِي الْخُرُوجِ؟ قَالَ: الصُّحْبَةُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: الصُّحْبَةُ، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّ عِنْدِي نَاقَتَيْنِ أَعَدَدْتُهُمَا لِلْخُرُوجِ، فَخُذْ إِحْدَاهُمَا، قَالَ: قَدْ أَخَذْتُهَا بِالنَّعْمَنِ. الراوي : عائشة أم المؤمنين المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري، الصفحة أو الرقم: 2138	14
99	لا تَبِيعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ، إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ، ولا تُشِفُّوا بَعْضُهَا عَلَى بَعْضٍ، ولا تَبِيعُوا الْوَرِقَ بِالْوَرِقِ، إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ، ولا تُشِفُّوا بَعْضُهَا عَلَى بَعْضٍ، ولا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَاجِزٍ. الراوي : أبو سعيد الخدري المحدث : مسلم المصدر : صحيح مسلم الصفحة أو الرقم: 1584	15
99	الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَرِثًا بَوْرِنٍ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَرِثًا بَوْرِنٍ، مِثْلًا بِمِثْلٍ ، فَمَنْ زَادَ أَوْ اسْتَرَادَ فَهُوَ رِبَاً. الراوي : أبو هريرة المحدث : مسلم المصدر : صحيح مسلم	16

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

	الصفحة أو الرقم: 1588	
99	17 أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اسْتَعْمَلَ رَجُلًا عَلَى خَيْبَرَ، فَجَاءَهُمْ بِتَمَرٍ جَنِيْبٍ، فَقَالَ: أَكُلُّ تَمَرٍ خَيْبَرَ هَكَذَا، فَقَالَ: إِنَّا لَنَأْخُذُ الصَّاعَ مِنْ هَذَا بِالصَّاعَيْنِ، وَالصَّاعَيْنِ بِالثَّلَاثَةِ، فَقَالَ: لَا تَفْعَلْ، بَعِ الْجَمْعَ بِالدَّرَاهِمِ، ثُمَّ ابْتَغِ بِالدَّرَاهِمِ جَنِيْبًا، وَقَالَ فِي الْمِيزَانِ مِثْلَ ذَلِكَ. الراوي : أبو سعيد الخدري وأبو هريرة المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري،الصفحة أو الرقم: 2302	
102	18 عن عائشة رضي الله عنها أبلغني زيد بن أرقم أنه قد أبطل جهاده مع رسول الله صلى الله عليه وسلم إن لم يتب في ابتياعه عبداً إلى العطاء بثمانمائة درهم وببيعه إياه من التي باعته منه بستمائة درهم نقداً المحدث : ابن حزم المصدر : المحلى الصفحة أو الرقم: 9/47	
102	19 نهى عن بيع الكالئ بالكالئ الراوي:ابن عبد الله، المحدث : ابن تيمية المصدر : نظرية العقد،الصفحة 235:	
102	20 نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ. الراوي : أبو هريرة المحدث : مسلم المصدر : صحيح مسلم الصفحة أو الرقم: 1513	
104	21 اشْتَرَيْهَا؛ فَإِنَّمَا الْوَلَاءُ لِمَنْ أُعْتُقَ	
104	22 كُلُّ شَرْطٍ لَيْسَ فِي كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى فَهُوَ بَاطِلٌ مَا بَالُ أَقْوَامٍ يَشْتَرِطُونَ شَرْطًا لَيْسَتْ فِي كِتَابِ اللَّهِ مِنْ اشْتَرَطَ شَرْطًا لَيْسَ فِي كِتَابِ اللَّهِ فَلَيْسَ لَهُ وَإِنْ اشْتَرَطَ مِائَةَ شَرْطٍ كِتَابُ اللَّهِ أَحَقُّ وَشَرْطُ اللَّهِ أَوْثَقُ المحدث : ابن حزم المصدر : المحلى،الصفحة أو الرقم: 8/77	
105	23 صَفَقَتَانِ فِي صَفْقَةٍ رِبًّا وَأَمَرْنَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِإِسْبَاغِ الْوُضُوءِ الراوي : عبدالله بن مسعود المحدث : شعيب الأرنؤوط المصدر : تخريج صحيح ابن حبان،الصفحة أو الرقم: 1053	
105	24 مَنْ نَفَسَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ سِتْرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ	

فهرس الآيات القرآنية و الأحاديث النبوية

	الراوي : أبو هريرة المحدث : الألباني المصدر : صحيح الترمذي الصفحة أو الرقم: 1425	
105	أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَمَرَهُ أَنْ يُجَهَّزَ جَيْشًا، فَفَقَدَتْ الْإِبِلُ، فَأَمَرَهُ أَنْ يَأْخُذَ فِي قَلَائِصِ الصَّدَقَةِ، فَكَانَ يَأْخُذُ الْبَعِيرَ بِالْبَعِيرِينَ إِلَى إِبِلِ الصَّدَقَةِ. الراوي : عبدالله بن عمرو المحدث : عبد الحق الإشبيلي المصدر : الأحكام الوسطى، الصفحة أو الرقم: 3/242	25
106	إِنَّمَا الرَّبَّاءُ أَخْرَ لِي، وَأَنَا أَزِيدُكَ وَلَيْسَ، عَجَّلَ لِي وَأَضَعُ عَنْكَ	26
107	مَنْ أَخَذَ أَمْوَالَ النَّاسِ يُرِيدُ أَدَاءَهَا أَدَّى اللَّهُ عَنْهُ، وَمَنْ أَخَذَ يُرِيدُ إِتْلَافَهَا أَتْلَفَهُ اللَّهُ. الراوي : أبو هريرة المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم: 2387	27
108	مَنْ أَنْظَرَ مُعْسِرًا، أَوْ وَضَعَ عَنْهُ أَظْلَهُ اللَّهُ فِي ظِلِّهِ، يَوْمَ لَا ظِلَّ إِلَّا ظِلُّهُ الراوي : كعب بن عمرو المحدث : الألباني المصدر : صحيح الجامع الصفحة أو الرقم: 6106	28
108	مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ. الراوي : أبو هريرة المحدث : البخاري المصدر : صحيح البخاري الصفحة أو الرقم: 2400	29
109 110	نَفْسُ الْمُؤْمِنِ مُعَلَّقَةٌ بِدِينِهِ حَتَّى يُقْضَى عَنْهُ الراوي : أبو هريرة المحدث : الترمذي المصدر : سنن الترمذي الصفحة أو الرقم: 1079	30

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	المؤشر الأول البيئة التمكينية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية	162
02	المؤشر الثاني السياسات والعوامل التمكينية لقطاع السياحة والسفر للدول العربية	163
03	المؤشر الثالث البنية التحتية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية	164
04	المؤشر الرابع الموارد الطبيعية والثقافية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية	165
05	المنابع الحموية و الحمامات المعدنية	170-168
06	قائمة الحمامات المعدنية التقليدية المسيرة من طرف البلديات	170-170
07	المؤسسات الناشطة و المشاريع الاستثمارية في السياحة الحموية (2015-2021)	172
08	تردد الأفراد المعالجين بالمياه المعدنية بحسب الفئات (2015-2021)	173
09	عدد الوافدين (2010-2020)	175
10	عدد المغادرين (2010-2020)	177
11	عدد الفنادق وأماكن الإيواء حسب الفئة	178
12	قدرة الإيواء حسب فئة التصنيف	178
13	قدرة الإيواء حسب النوع	181
14	قدرة الإيواء حسب الطبيعة القانونية	181
15	حركة المسافرين بالسكة الحديدية (2016-2018)	189
16	مشاركي الهاتف الثابت الثلاثي الثاني 2022	192
17	متوسط الاستخدام الشهري للمشتركين بالدقيقة	193
18	الحظيرة الهاتفية من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022	193
19	تطور الحظيرة الهاتفية للهاتف النقال لمختلف المتعاملين (ث2021/2-ث2022/2)	194
20	تطور سوق انترنت الهاتف الثابت (ث 2-2021- / ث 2-2022-)	196
21	تطور سوق انترنت الهاتف النقال (ث 2-2021- / ث 2-2022-)	196

قائمة الجداول و الأشكال

197	الحظيرة الإجمالية للانترنت جوان 2022	22
199	تطور عدد الوكالات السياحية	23
204	تطور النفقات السياحية من (2009-2020)	24
206	تطور ميزان المدفوعات -بند السفر- (2010-2020)	25
208	تطور الميزان السياحي (2010-2020)	26
209	حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (%) (2015-2020)	27
210	تطور عدد عمال قطاع السياحة (2010-2019)	28
221	حجم الاستثمار لرأس المال بالقطاع السياحي (2009-2019)	29
222	حصة استثمار رأس المال في القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات الوطنية الممنوحة (2009-2019)	30
222	إحصائيات المشاريع السياحية نهاية سنة 2019	31
227	نتائج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و آفاق 2030	32
241	فروع بنك البركة الاسلامي بالدول	33
268	تمويل المشاريع المصغرة بالقرض الحسن	34
270	تطور حجم التمويل الاسلامي للصيغ المطبقة ببنك البركة خلال الفترة 2014-2018	35
286	تمويل المؤسسات بين سنة 2018 و 2019	36
287	المؤسسات المستهدفة بعمليات التمويل	37
298	مجموع الميزانية	38
298	العناصر النقدية و شبه النقدية لمجموع الميزانية	39
299	تمويل الهيئات المالية	40
299	تمويل الزبائن	41
300	تقسيمات التمويل حسب أشكال التمويل والمتعامل الاقتصادي	42
301	تقسيمات التمويل حسب الأجل الاستحقاق المتبقي	43
302	تقسيمات التمويل حسب التوزيع الجغرافي لسنة 2020	44
302	تقسيمات التمويل حسب التوزيع الجغرافي لسنة 2019	45
320	مؤشرات الحركة السياحية بالمملكة العربية السعودية لسنة 2019	46

قائمة الجداول و الأشكال

322	حركة نقل المسافرين	47
323	الأجانب القادمون والمغادرون من وإلى المملكة موزعون حسب ميناء الدخول والمغادرة لعام 2019	48
327	الحظيرة الفندقية للمملكة العربية السعودية بحسب المناطق وعدد الغرف و الفنادق	49
328	عدد المتاحف والمواقع الأثرية وعدد الزوار	50
331	أهم مؤشرات قطاع السياحة 2020	51
332	مؤشرات السياحة بالمملكة العربية السعودية لسنة 2021	52
335	مشاريع القطاع السياحي بالمملكة بحسب المناطق و نوع المنشآت لسنة 2021	53
337	استشراف مؤشرات أداء القطاع السياحي السعودي 2030.	54
344	بطاقة معلومات بنك الراجحي	55
346	الشركات التابعة لمصرف الراجحي	56
352	المؤشرات الرئيسية للبيانات المالية الموحدة (2016-2020)	57
353	منتجات التمويل بحسب القطاعات	58
355	التمويلات الصافية بحسب آجال الاستحقاق	59
356	التمويلات الصافية بحسب القطاعات	60
366	تمويل مصرف الراجحي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة وفق برنامج كفالة لسنة 2019	61
367	المشاريع السياحية الممولة ببنك الراجحي و بكفالة البرنامج	62

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	تصنيف السياح	17
02	الأهمية الاقتصادية للسياحة	18
03	مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المؤثرة فيها	32
04	الطلب السياحي	42
05	العرض السياحي	48
06	توازن السوق السياحي	51
07	سلسلة القيمة السياحية	55
08	البرنامج السياحي	69
09	علاقة وكالات السياحة والأسفار بالخدمات السياحية المختلفة	71
10	الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة و الصناعات التقليدية	152
11	الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للسياحة	155
12	مؤشرات التنافسية للصناعة السياحية	157
13	تردد الأفراد حمام عادي (2015-2021)	173
14	تردد الأفراد بحسب الفئات (2015-2021)	174
15	تطور عدد الوافدين (2010-2020)	176
16	تطور عدد المغادرين (2010-2020)	177
17	تطور قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية (2010-2021).	182

قائمة الجداول و الأشكال

183	تطور البنية التحتية (2015-2020)	18
184	عدد رحلات شركات النقل المسجلة على مستوى العالم (2010-2020)	19
185	الركاب المنقولون - النقل الجوي - (2010-2020)	20
187	خطوط السكك الحديدية - إجمالي السكة / كلم - (2010-2019)	21
188	الركاب المنقولون بالسكك الحديدية (مليون راكب-كم) (2010-2018)	22
190	مؤشر ارتباط موانئ الجزائر بموانئ العالم - النقل البحري - (2010-2020)	23
191	نسبة صادرات الخدمات السياحية في ميزان المدفوعات (2010-2020)	24
192	مستشري الهاتف الثابت الثلاثي الثاني 2022	25
194	تطور الحظيرة الهاتفية من ث2 (2021) إلى ث2 (2022)	26
195	تطور مستشري الهاتف النقال (جميع المتعاملين)	27
195	نسبة تطور حظيرة الهاتف النقال (جميع المتعاملين)	28
197	تقسم المشتركين بحسب نوع اشتراك الانترنت	29
198	تطور انترنت الصنفين من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022	30
199	تطور عدد الوكالات السياحية (2015-2021)	31
201	الإيرادات السياحية (2012-2020)	32
202	إيرادات السياحة الدولية (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي) (2010-2020)	33
202	نسبة الإيرادات السياحية من إجمالي الصادرات (2010-2020)	34
205	نسبة نفقات السياحة الدولية (من إجمالي الواردات) (2010-2020)	35
205	نفقات السياحة الدولية (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي) (2009-2020)	36
207	تطور ميزان المدفوعات - بند السفر - (2010-2020)	37
209	تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (2015-2020)	38

قائمة الجداول و الأشكال

210	تطور عدد عمال قطاع السياحة (2010- 2019)	39
211	مصادر تمويل الاستثمارات السياحية	40
239	أهداف البنوك الإسلامية	41
246	الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري	42
247	فروع بنك البركة الجزائري (1991-2020)	43
250	صيغة التمويل بالإجارة	44
253	صيغة التمويل بالمربحة	45
256	صيغة التمويل لبيع السلم	46
260	صيغة التمويل بالاستصناع	47
262	صيغة التمويل بالمشاركة	48
272	مجموع الميزانية	49
272	حقوق الملكية	50
273	ودائع بنك البركة	51
274	تمويلات الزبائن ببنك البركة	52
274	تمويلات خارج الميزانية ببنك البركة	53
275	الإيراد المصرفي الصافي ببنك البركة	54
276	نتيجة السنة المالية ببنك البركة	55
279	الهيكل التنظيمي لبنك السلام	56
290	مجموع الأصول	57
291	تمويلات العملاء (صافي)	58
291	ودائع العملاء	59

قائمة الجداول و الأشكال

292	حقوق المساهمين	62
293	المدخلات الصافية	61
293	المصاريف	62
294	النتيجة الصافية	63
295	معامل الكفاءة التشغيلية	64
295	العائد على حقوق الملكية	65
296	العائد على السهم	66
316	نسبة النفقات السياحية من إجمالي الواردات	67
317	النفقات السياحية (2010-2020)	68
317	الإيرادات السياحية (2010-2020)	69
318	عدد الوافدين (2010-2019)	70
319	عدد المغادرين (2010-2019)	71
326	إيرادات الشركات المدرجة في قطاع الاتصالات	72
331	إجمالي عدد المشتغلين حسب الأنشطة المميزة للسياحة لسنة 2020	73
332	القيمة المضافة الإجمالية المباشرة للسياحة حسب الأنشطة المميزة للسياحة سنة 2020	74
350	الحصة السوقية للبنوك التجارية حسب القروض الممنوحة	75
378	مؤشر السفر الاسلامي العالمي	76

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان
01	مصنف للقوانين التشريعية و التنظيمية للسياحة في الجزائر
02	استمارة بطاقة الراجحي مسافر لمصرف الراجحي

مقدمة:

تعد السياحة صناعة من الصناعات البارزة و أكثرها نموا، فقد حظيت بنصيب عالي من الاقتصاد المحلي و العالمي، و أخذت مكانة بعد المؤتمر العالمي للسياحة و السفر الذي عقدته الأمم المتحدة في 1963 بمدينة روما، و تم تبني فكرة السياحة و أصبحت الصناعة الأولى في العالم من حيث حجم لإنفاق العالمي، و التوجه لها كبديل لقطاع المحروقات.

فالسياحة نشاط يتعلق بالسفر و البقاء لفترة خارج المكان المعتاد لغرض التسلية و الترفيه كما لها أركان و أسباب و أنواع منها الدينية و الرياضية، العلاجية و هي كأي نشاط لها آثار و انعكاسات ايجابية أو سلبية على الناحية الاقتصادية و الاجتماعية أو البيئية، فترقية الصناعة السياحية هي من أهم الخيارات التي لا تتطلب الكثير من الثروات و الإمكانيات المادية، ومن جهة أخرى هي صناعة لا تخلف نفايات لأنها تعد صناعة ايكولوجية صحية تدر ثروة تمتص البطالة و تخدم التنوع الثقافي و الحضاري، و منتجة للعملة الصعبة و للاستفادة من هذه الصناعة عن طريق تنفيذ المشاريع التي تخدم القطاع وكل القطاعات المرتبطة بالقطاع، و جب أن نولي أهمية كبيرة للمقاربة بين قطاعي السياحة و البنوك عن طريق مساعدة المتعاملين السياحيين على توسيع نطاق الأسواق السياحية، و المساهمة في جذب سواح جدد.

و بروز فكرة التمويل الاسلامي والبنوك الإسلامية بمختلف الآليات التمويلية التقليدية و المستحدثة، من حيث التنظيم والممارسة وانتشارها و تطورها في مختلف الدول العربية و حتى على المستوى الدولي حيث أصبحت تتدخل في مجالات استثمارية كثيرة وهي لا تختلف من حيث المبدأ عن البنوك التجارية فيما يتعلق بمسألة الاستثمار في هذا القطاع، لكنها قبل قيامها بتنفيذ أي خطة استثمارية فإنها من اللازم توافرها و انسجامها مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وحتى في مجال السياحة والسفر فهناك بعض المجالات السياحية التي لا يمكنها الدخول فيها بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة مثل: تمويل بعض المشاريع الترفيهية كالنواصي الليلية والأماكن التي يتم فيها تعاطي الكحوليات و ما إلى ذلك، فيبقى الاستثمار متعلق ببعض المجالات السياحية كبناء المنشآت

السياحية والمنتجات والمساهمة في النقل بمختلف أنواعه، فالبنوك الإسلامية تقوم بتمويلها وفق الأدوات التمويلية الإسلامية التي تمارسها.

و من جهة أخرى فان دخول الجزائر لمجال الصيرفة الإسلامية و تفعيل دور التمويل الإسلامي الذي أفضى جملة من الآليات و التمويلات التي تتوافق و أحكام الشريعة الإسلامية والتي أثبتت نجاعتها سواء في البلدان المسلمة أو غير المسلمة، فاستخدام إحدى الصيغ من شأنه أن يغير المعطيات فالبيع بالتقسيط أحد الصيغ التي تسهل على السائح أعباءه و تساهم في صناعة السياحة بأساليب مبتكرة .

ومن هذا المنطلق يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية لهذا البحث على النحو التالي:

أولا : الإشكالية الرئيسية

- كيف تساهم آلية البيع بالتقسيط بالبنوك الإسلامية في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر، من خلال الاستفادة من تجارب دولية رائدة و برؤية استشرافية؟

ثانيا : الأسئلة الفرعية

للإجابة على الإشكالية السابقة تطلب منا طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التي ستساعدنا على حلها، ويمكن صياغتها كآتي:

- ماذا نعني بالبيع بالتقسيط ؟
- ماذا يمكن أن يضيف البيع بالتقسيط للصناعة السياحية ؟
- كيف يمكن الاستفادة من تجارب عربية رائدة في مجال الصناعة السياحية؟
- ما هي إمكانيات الصناعة السياحية في الجزائر؟
- كيف يمكن الاعتماد على خصائص آلية البيع بالتقسيط في مجال الصناعة السياحية ؟

ثالثا : فرضيات البحث

من أجل الشروع في البحث عن إجابة للإشكالية المطروحة والتساؤلات سابقة الذكر قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: مميزات البيع بالتقسيط تريح السائح من التفكير في عبء مالي إضافي؛
- الفرضية الثانية: يمكن للبيع بالتقسيط من خلال تطبيقاته المعاصرة أن يساهم بالكثير في مجال الصناعة السياحية؛
- الفرضية الثالثة: الاعتماد على تجربة المملكة العربية السعودية كتجربة رائدة في مجال التمويل الاسلامي للصناعة السياحية يمكن أن يسرع عجلة نمو الصناعة السياحية بالجزائر ؛
- الفرضية الرابعة: مقومات الجزائر السياحية يمكنها من اعتماد اقتصاد سياحي بدل الريعي ؛
- الفرضية الخامسة: تمويل البيع بالتقسيط للاستثمارات و المشاريع السياحية ابتكار تمويلي من شأنه ترقية الصناعة السياحية.

رابعا : أسباب اختيار الموضوع

يكمن سبب اختيار الموضوع إلى ضرورة تبني موضوعات الساعة في الساحة الاقتصادية الجزائرية و العالمية من باب المساهمة في حل المشاكل القائمة أو حتى إثراء وجهات النظر فيها من أجل تكفل سليم و شامل بجميع المعطيات المحيطة بها و الوصول إلى الحلول المناسبة لحل مشكلة تمويل الاقتصاد الجزائري، حيث تعتبر الأزمة النفطية الأخيرة و الظروف التي يمر بها الاقتصاد الجزائري مشكلة تتطلب إيجاد بدائل تمويلية والبحث عن يتحمل عبء تمويل التنويع الاقتصادي الوطني، و إلى سبب آخر و هو رغبة شخصية للاطلاع أكثر على مجال الصيرفة الاسلامية.

خامسا: أهداف البحث

في ظل الانفتاح و الانتشار السريع للصيرفة الإسلامية في الجزائر و نظرا للمعوقات التي تحيط بالتمويل البنكي في الجزائر من جهة و عدم الاستغلال الجيد لقطاع السياحة و عاصرته رغم المؤهلات المتوفرة تهدف هذه الدراسة إلى البحث في كيفية جعل مقارنة بين البنوك الإسلامية و قطاع السياحة من خلال آلية البيع بالتقسيط، لتغيير مسار الصناعة السياحة و لتمويل الاقتصاد و تنويعه في ظل النموذج الاقتصادي الجديد للجزائر.

سادسا : أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في كونه يرمي إلى المساهمة في معالجة المشكلة التمويلية التي يعاني منها القطاع السياحي و هو موضوع يتسم بالحدثة بالنسبة لمناخ الأعمال في الجزائر بصفة عامة، حيث يتوقف نجاح برنامج الإصلاح الاقتصادي الذي باشرته الجزائر منذ سنوات على تنويع الفرص التمويلية و مواكبة التغيرات المالية الحاصلة في الدول الأجنبية من خلال إمكانية إدراج صيغ تمويل الصيرفة الإسلامية عامة و البيع بالتقسيط خاصة كأداة فعالة لتمويل تنويع الاقتصاد الجزائري و قطاع السياحة على وجه الخصوص.

سابعا: منهج البحث

تطلب هذا البحث استخدام المنهج التاريخي، الوصفي و التحليلي بحيث استخدم التاريخي من خلال سرد المراحل التاريخية للسياحة في الجزائر وإنشاء البنوك الإسلامية في الجزائر، و المنهج الوصفي من خلال التعرض للمفاهيم الأساسية و النظرية سواء للبيع بالتقسيط أو الصناعة السياحية و المنهج التحليلي لشرح البيانات و الإحصائيات المجمعة لتحقيق أهداف البحث، و استخدام المنهج المقارن في سرد آراء الفقهاء في مشروعية البيع بالتقسيط و أسلوب المحاكاة في

المقارنة بين تجربة المملكة العربية السعودية باتخاذ مصرف الراجحي كنموذج و إسقاطها على البنوك الإسلامية الجزائرية المقترحة في الدراسة الاستشرافية.

ثامنا: إطار البحث

لقد تم تحديد الإطار المكاني للدراسة الاستشرافية البنوك الإسلامية الجزائرية، مع اختيار نفس المدة الزمنية لدراسة بعض العمليات التي تقوم بها هذه البنوك في مجال ترقية الصناعة السياحية مع محاكاة هذه الأخيرة بتجربة المملكة العربية السعودية، و تم جمع البيانات و المعلومات (الإحصائية و المحاسبية) من المراجع المذكورة في الأخير و كذا الاتصال و مساعدة الأستاذ أحمد مقربين المذكور بالدراسات السابقة و الذي أفادني بكيفية تكييف دراستي و عمل مقارنة مع أحد التجارب الناجحة والاعتماد على التقارير الصادرة بالمواقع الرسمية، فتوصلت لوضع خطة عمل و نموذج للدراسة بإسقاط ما توصلت إليه من خلال تجربة مصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية و عمل مقارنة مع ما تحتوي الجزائر من معطيات بالنسبة للبنوك الإسلامية والصناعة السياحية.

أما صعوبات البحث فتكمن في قلة الدراسات السابقة المتخصصة، فأغلب ما توصلت إليه وجدت أن دراسة البيع بالتقسيط دراسة فقهية لا تتوفر على دراسات في الميادين الاقتصادية، و من ناحية أخرى لم أستفد من تريض خارج الوطن بصفتي موظفة أجيرة، وكذلك تأثري بفترة جائحة كورونا.

تاسعا: الدراسات السابقة

و بصدد إعدادي لهذا البحث وجدت صعوبة في تحديد الدراسات السابقة نظرا لحدثة الموضوع، تم الاطلاع على بعض الدراسات القريبة من الموضوع غير أنني لم أقف على صياغة نظرية كاملة عن موضوع دراستي ووجدت عدد من الدراسات التي ناقشت أجزاء منفصلة من موضوع بحثي و هي :

1. عدنان محمد سليم سعد الدين رسالة ماجستير بعنوان بيع التقسيط و تطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، تخصص الفقه الإسلامي قسم الفقه الإسلامي و أصوله، كلية الشريعة دمشق سنة 2003، حيث عرض فيه دراسة فقهية للبيع بالتقسيط و مختلف أحكامه ووضع تطبيقات معاصرة له في البنوك الإسلامية، و توصل الباحث لنتائج عديدة أهمها أن هناك تطبيقات معاصرة للبيع بالتقسيط مثل بيع المrabحة للأمر بالشراء و بيع التورق والمشاركة المتناقصة، واشترط في بيع التقسيط أن يكون البائع مالكا للسلعة و أن يكون حائزا عليها و أن لا يكون بيع التقسيط ذريعة للربا .
2. أحمد مقربين رسالة ماجستير بعنوان بيع التقسيط في المصارف الإسلامية في اندونيسيا و بروناي دار السلام، تخصص الشريعة كلية الشريعة و القانون جامعة السلطان الشريف علي الإسلامية سلطنة بروناي دار السلام سنة 2015، و تناولت الدراسة كل ما يتعلق بآلية البيع بالتقسيط و كذا دراسة تطبيقاته في مصارف اندونيسيا و بروناي دار السلام، ووضع جملة من إجراءات البدائل التمويلية التي تستخدم وفق آلية البيع بالتقسيط، و من نتائج هذا البحث أن الصور و التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط مثل: بيع التورق، الإجارة والمشاركة المتناقصة، وذلك من خلال وضع اتفاقيات مع شركات موردة للسلع و يعمل البنك الاسلامي بمجرد توقيعه على المستندات و الوثاق و قبضه للسلع حتى عن طريق مستودع بورصة السلع باعتباره المالك الحقيقي على التصرف مع ما تم الاتفاق عليه مع زبونه.
3. مريم شطيبي محمود قدمت أطروحة دكتوراه تحت عنوان دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية، تخصص بنوك إسلامية جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة سنة 2019-2020، حيث عرضت فيه أهم البدائل التمويلية الإسلامية في تمويل القطاع السياحي و دراسة المملكة العربية السعودية كنموذج قارنت فيه التمويل التقليدي و الإسلامي لقطاع السياحة، و توصلت الباحثة إلى اعتبار التجربة السعودية من التجارب الرائدة و الناجحة في تمويل القطاع السياحي، و كذا اعتبار مصرف الراجحي أكبر بنك إسلامي في العالم من خلال دوره البارز في التمويل الاسلامي، و دعمه للمنشآت الصغيرة و المتوسطة، و إمكانية اعتماد الجزائر على التجربة السعودية و العمل على زيادة فاعلية البنوك الاسلامية الجزائرية و تفعيل دورها و تطويرها للقطاع السياحي.

عاشر: بنية وخطة الدراسة

تم دراسة البحث، في خطة تضمنت خمسة فصول منها فصلين نظريين و ثلاثة فصول في الجانب التطبيقي و قسمت الفصول إلى ثلاث مباحث أساسية كما يلي:

- **الفصل الأول:** مدخل للصناعة السياحية، حيث تم التطرق إلى ماهية السياحة و الصناعة السياحية و الأهمية و الأنواع و القطاعات الداخلة في الصناعة السياحية، وتحديد المنشآت السياحية و التخطيط السياحي و أهم مؤشرات السوق السياحي و كذا مصادر تمويل الاستثمارات السياحية.
- **الفصل الثاني:** البيع بالتقسيط، أحكامه وتطبيقاته المعاصرة، تناولت في هذا الجزء من البحث دراسة الناحية الفقهية للبيع والبيع بالتقسيط و أهم التطبيقات المستحدثة لآلية البيع بالتقسيط وهي المرابحة للأمر بالشراء و بيع التورق والمشاركة المتناقصة وكذا الإجارة وتحديد المزايا و العيوب.
- **الفصل الثالث:** واقع الصناعة السياحية في الجزائر، تناول هذا الفصل مختلف جوانب السياحة و الصناعة السياحية في الجزائر و الجهات المشرفة على القطاع و قدمت دراسة إحصائية و تحليلية للمؤشرات السياحية، و ذلك بغية تحديد النقائص التمويلية للصناعة السياحية و البحث عن الغاية من اعتماد البيع بالتقسيط لترقيتها.
- **الفصل الرابع :** البنوك الإسلامية في الجزائر -دراسة بنكي البركة و السلام-، تم التركيز على دراسة البنوك الإسلامية الجزائرية كونهما محل الدراسة الاستشرافية دراسة تفصيلية من النشأة و الآليات التمويلية المعتمدة و أهم مؤشرات النشاط لكل من بنكي السلام و البركة.
- **الفصل الخامس :** دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر من خلال دراسة تجربة المملكة العربية السعودية، تناول الفصل الأخير من البحث دراسة تجربة المملكة العربية السعودية من خلال بنك الراجحي الاسلامي، و الرائد في مجال تمويل الصناعة السياحية و تبيان مدى مساهمته في تطوير القطاع السياحي السعودي من خلال اعتماده لآلية البيع بالتقسيط، و تم إسقاط و مقارنة الدراسة على بنكي البركة و السلام

بالجزائر و تقديم جملة من المقترحات التوجيهية و الهيكلية من خلال مخرجات التجربة
السعودية و برؤية استشرافية.

الفصل الأول = مدخل للصناعة السياحية

الفصل الأول: مدخل للصناعة السياحية

تمهيد:

أصبحت الصناعة السياحية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أغلب دول العالم، فلها دور اقتصادي واجتماعي وأهميتها تتمثل في تحقيق التنمية والتوازن الاقتصادي، حيث كادت تمثل ثاني أكبر رقم في التبادل الاقتصادي العالمي بعد المحروقات، كما تعكس مدى التقدم الحضاري والعلمي لشعوب الأرض كونها نشاط إنساني يمس الثقافة والمجتمع، فهي صناعة خدمات ويندرج تحتها الكثير من الصناعات والقطاعات المختلفة مثل: صناعة النقل والفندقة وقطاع الإعلام والمصارف وشركات التأمين... الخ.

فهذا النشاط المتميز الذي يهدف إلى التنقل للبحث عن المتعة و الترفيه قصد بعث الحيوية في النفس و كسر الروتين، الأمر الذي شجع تطور الصناعات السياحية وتطوير قطاع السياحة، ووضع خطط تنموية وإستراتيجية واسعة لما يمكن تحقيقه من مداخل معتبرة من العملة الصعبة، وخلق مناصب شغل، ولكن هذا وحده لا يكفي للنهوض بالنشاط وتنميته بل يجب التركيز على المنشآت السياحية وتمويلها كما أن الاهتمام بسلوك المستهلك السياحي الداخلي من شأنه أن يزيد من نمو وتوسع الطلب على الصناعة السياحية، فتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية و هي :

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة و الصناعة السياحية.

المبحث الثاني: التخطيط السياحي و أهم مؤشرات السوق السياحي.

المبحث الثالث: المنشآت السياحية و تمويلها.

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة و الصناعة السياحية

لقد اختلفت التعاريف والمفاهيم حول السياحة و الصناعة السياحية وكذا ماهيتها وخصائصها حيث نجد عدة تعريف خاصة بباحثين أو منظمات مهتمة بالسياحة وغيرها، فمنهم من يركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، ومنهم من يرى أنها ركيزة لتنمية العلاقات الخارجية سواء ثقافية أو رياضية أو صحية أو حتى دينية.

ومن هذا المنطلق نضع بعض المصطلحات التي لها علاقة بالسياحة وتحدد لنا مفهومها بشكل أدق.

المطلب الأول : ماهية السياحة والمصطلحات المرتبطة بها

حاولنا في البحث التطرق إلى جملة من المصطلحات الوطيدة والتي تحدد لنا مجال السياحة و بصورة وثيقة.

أولا : تعريف السياحة:

اصطلاحا يعود أصل كلمة السياحة TOURISM في اللغات الأوروبية إلى الكلمة اليونانية 'TORNOS' وهو اسم لآلة يشبه شكل الفرجار، وأدخلت إلى اللغة اللاتينية ليقصد بها المسار الدائري ويعكس هذا المسار مفهوم حركة السياحة التي تنطلق من نقطة لتعود إليها مرة أخرى، الأمر الذي يعني الابتعاد عن مكان الإقامة مؤقتا، بعكس الإقامة الدائمة التي تنجم عنها الهجرات البشرية هو الأساس في مفهوم السياحة.¹

ونجد أن هناك تعريف متعددة ومختلفة للسياحة وذلك حسب الزاوية التي يُنظر منها، فإذا حاولنا أخذها من قواميس اللغات فنجدها حسب كل لغة أخذت من الكلمة اليونانية السابقة الذكر، فكانت وفق اللغة الروسية 'TOURIZM' وباللغة الفرنسية 'TOURISME' أما الألمانية 'TOURISMUS'، وبالنسبة للإنجليزية 'TOURISM' وفي اللغة العربية نجد تحت كلمة

¹ إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية، تطبيقات على الوطن العربي مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1،

'سياحة' من الفعل 'ساح' وهو ليس لفظ دخيل وإنما موجود منذ زمن بمعنى ساح في الأرض أي ذهب وسار .

أما بالنسبة للتعريف المختلفة فقد تطورت مع تطور السياحة، وكانت أولى محاولات تعريف مصطلح السياحة من خلال عصبة الأمم، ذلك في عام 1937 حيث تم تعريف السائح الدولي للأغراض الإحصائية وكان ذلك من خلال الإتحاد العالمي لوكالات السفر، وفي عام 1953 قامت لجنة الأمم المتحدة الإحصائية بوضع تعريف "الزائر الدولي"، ثم بعد ذلك في مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر في روما 1963 تم تقديم مصطلحات "الزائر" و"السائح" و"المتنزه" التي تم الإقرار بها من قبل منظمة "UNWTO" و كان تعريفها على أنها 'الحركة الاجتماعية التي تتم اختياريا والتي تهدف إلى الترفيه والاستمتاع الذهني والعقلي والبدني أو هي المحور الرأسمالي الاجتماعي وفيها تتسع آفاق الأفراد والجماعات وتتنوع أنشطتهم وتتجدد طاقاتهم'¹ .

ونجد تعريف السياحة بحسب الاقتصادي النمساوي 'هيرمان فوسوليرون'، وكان ذلك سنة 1910 على أنها مجموع الظواهر التي تحمل الطابع الاقتصادي تترتب عنها انتقال المسافرين من منطقة ما أو إقامتهم الأصلية إلى أخرى ورحيلهم عنها، وهي الظواهر المرتبطة بالتبعية.²

كما عرّفها العالم الألماني 'جويبر فرولر' هي ظاهرة تخص العصر الحديث ونتجت عن حاجة الإنسان للراحة والترفيه عن النفس والتمتع بأوقات الفراغ وتغيير مكان الإقامة إلى أماكن تحتوي على طبيعة خاصة لتلك الأغراض.³

وبحسب الأكاديمية الدولية للسياحة (AIT) فهي عبارة عن لفظ ينسب لأسفار المتعة، بما في ذلك الأنشطة البشرية التي تحقق هذا النوع من الأسفار.⁴

¹ عيساني الربيع، دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية، دراسة حالة ولاية سطيف، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص4-5.

² محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر، ط1، القاهرة، 2002، ص 21.

³ Ahmed Tessa, économie touristique et aménagement territoire, OPU Alger, 1993, p94.

⁴ يحي سعيدي، سليم العمرابي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد36، العراق، 2013، ص 91.

وكتعريف مجمل هي 'مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغيراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية'.¹

من خلال ما قدمناه من مفهوم نستخلص أن هناك خصائص للسياحة:²

أ. تتكون من عنصران أحدهما يشير إلى الرحلة وهي الحركة (السفر) إلى مقصد وتتمثل في العنصر الديناميكي للسياحة، والثاني الإقامة الليلية خارج الإقامة الدائمة إلى مقاصد مختلفة، وهو العنصر الإستاتيكي للسياحة.

ب. أن تكون الحركة إلى جهة مؤقتة وقصيرة المدى وتوفر نية العودة إلى المقصد الأصلي.

ت. لا يرجى الحصول على إقامة مستدامة أو عمل دائم عند الحركة.

ث. تكون الأنشطة التي يؤديها السياح أثناء الرحلة وإقامتهم خارج المكان المعتاد والعمل متميزة عن التي تؤديها تجمعات الإقامة.

وبالتالي فإن العملية السياحية يمكن تقسيمها من ناحية الانتقال إلى سياحة داخلية، خارجية واشترطت فيها اللجنة السياحية الدولية أن تكون المسافة أكثر من خمسين ميلاً ليُعتبر السائح سائحاً، ومن حيث الهدف تكون بصدد تقسيم السياحة إلى دينية، رياضية، ثقافية، صحية، وما إلى ذلك، ومن حيث المدة الزمنية فتزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة، فإن قلَّت المدة عن 24 ساعة فتعتبر رحلة أو نزهة وإن زادت عن سنة فتعتبر إقامة أو هجرة.³

و عليه فالسياحة تطورت منذ سنوات وتداخلت فروعها، ولم يعد السائح مقتصر على مفهوم ذلك الشخص الذي يحمل حقيبته ويسافر إلى مكان آخر ليقض به عدة ليالٍ في فندق ويتجول في المعالم الأثرية، فقد تطورت لتصبح صناعة لها ركائز في كامل القطاعات الاقتصادية.

¹ دليل مفاهيم السياحة الخضراء، ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار السادس، الإمارات العربية المتحدة، وزارة الاقتصاد، 2015، ص 20.

² جاي كاكندا وآخرون، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة وقت الفراغ، تمت ترجمته، سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007، ص 36.

³ أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 19.

ثانيا : مصطلحات خاصة بالسياحة:

مع اتساع نشاط السياحة من انتقال الناس إلى مقاصد سياحية خارج إقامتهم المعتادة إلى استحداث تحولات هيكلية، وما نتج عنه بناء منتجات سياحية بما يتفق واحتياجات الحركة السياحية ظهرت مصطلحات منبثقة عن السياحة، و استحدثت مفاهيم أخرى لها دلالات مرتبطة بالسياحة.

1. التنمية السياحية:

كثر استخدام مصطلح التنمية السياحية فهو يشير إلى موضوع علمي دقيق، حيث كان التصور أنها خلق وتطوير المنتج السياحي أو هي العمل المنظم المستمر لإنعاش الصناعة السياحية و لكن هذا التصور كان يركز على جانب واحد و هو العرض السياحي بمعنى تخطيط كل بلد وتقسيمها إلى مواقع سياحية وعمل مشروعات تنمية سياحية سواء كانت متكاملة أو فردية، و أهمل هذا التصور جانبا هاما وهو العمالة بالصناعة السياحية، حيث لم يكن هناك أي اهتمام بتطوير أساليب التدريب والتعليم إلا في منتصف الثمانينات من القرن العشرين، وبناء على ذلك فالتنمية السياحية مفهوم واسع إلى درجة أنها تشمل برامج مختلفة ومتصلة ومتداخلة ببعضها البعض مما يؤدي إلى استمرار التقدم فهي جزء من التنمية الاقتصادية للدولة.¹

فالتنمية السياحية هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية والترشيد الإنتاجي في القطاعات السياحية.²

كما يمكن أن نعرفها على أنها: تلبية احتياجات السياح ومواقع الضيافة إلى جانب حماية وتوفير الفرص المستقبلية للقطاع السياحي، فهي إدارة الموارد بطريقة تتحقق معها كل المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.³

¹ محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص37.

² أحمد الجلال، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2002، ص43.

³ صلاح الدين حريوطي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، ط1، سوريا، 2004، ص23.

2. الخدمات السياحية:

تعرف الخدمات السياحية على أنها الخدمات المقدمة داخل القطاع السياحي للسياح الوافدين قصد تلبية مختلف احتياجاتهم ومطالبهم المختلفة داخل أماكن استضافتهم، أي أنها مجموع السلع والخدمات النهائية المقدمة من طرف القطاع السياحي للمستهلكين (السياح) فهي عبارة عن مزيج

من العناصر المادية والمعنوية التي تهتم بتقديم المكونات الأساسية للعرض السياحي بغرض

إشباع حاجات المستهلك بمساهمة مجموعة من الجهات.¹

إن الخدمات السياحية وتقديم التسهيلات تؤثر على التدفق السياحي لما لها من تأثير فعال ودور مزدوج سلبي وإيجابي للتدفق أو ندرته.

ولها عدة خصائص:

- معنوية: أي تعتبر خدمات معنوية غير ملموسة وبالتالي يبذل جهد في إقناع السائح بها أي في الترويج لها.
- متكاملة: أي ترتبط هذه الخدمات ببعضها ولا يمكن تجزئتها أي وحدات مترابطة الأجزاء لا تلغي أي عنصر.
- الاعتماد على التسويق الشخصي: السائح يتعامل مع شركات سياحية وبالتالي يتعامل مع أشخاص وفق برامج سياحية، فالعنصر البشري هنا يجب أن يتمتع بقوة الشخصية باللباقة وحسن المعاملة فهم يختارون بدقة.
- متطورة ومتغيرة: مع التطور التكنولوجي السريع يتم تطور وتقديم خدمات سياحية والاعتماد على برامج متخصصة ومدرسة.

¹ مروان السكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، سلسلة الاقتصاد السياحي، جزء 5، ط1، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص80.

3. السائح:

من خلال التعاريف المقدمة للسياحة يتضح لنا أن القائم بالفعل هو السائح، فيمكن وضع تعريف دقيق له على أنه كل شخص ينتقل من مكان إقامته الحالي إلى مكان آخر لمدة ليست أقل من 24 ساعة وليست بأكثر من سنة، ولا يكون الغرض من ذلك القيام بنشاطات تدر أي ربح، وينفق من أمواله التي وفرها لغرض المتعة من استمتاع بالطبيعة وزيارة مواقع أثرية، ويعد كذلك كل شخص مسافر للمشاركة في مؤتمر أو لقاء علمي، اجتماعي أو ثقافي.¹

وبحسب المؤتمر الذي أقيم بروما سنة 1963 (مؤتمر السفر والسياحة الدوليين) فإن السائح عرف على أنه أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة المقيم بها لأي سبب دون السعي لعمل يؤجر عليه من الدولة التي يزورها.²

وبناءً على ما سبق نستخلص أن هناك أنواع من السائحين فبالنظر للتعريف الأول نجد أن هناك نوعين من السياح:³

- السائح الدولي: والذي يعتبر بطبيعة الحال زائر مؤقت يعبر حدود بلاده إلى بلاد أخرى وتغير مكان إقامته الأصلي، بهدف قضاء وقت الفراغ في المتعة والترفيه خلال مدة أكثر من 24 ساعة وأقل من سنة (12 شهرا).
- السائح المحلي: يغير محل إقامته الأصلي لكن داخل بلاده لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة، ولا يمارس أي نشاط ربحي.

أما في التعريف الثاني نستخلص فئتين اثنتين من السياح وهو ما جاء في نفس المؤتمر.

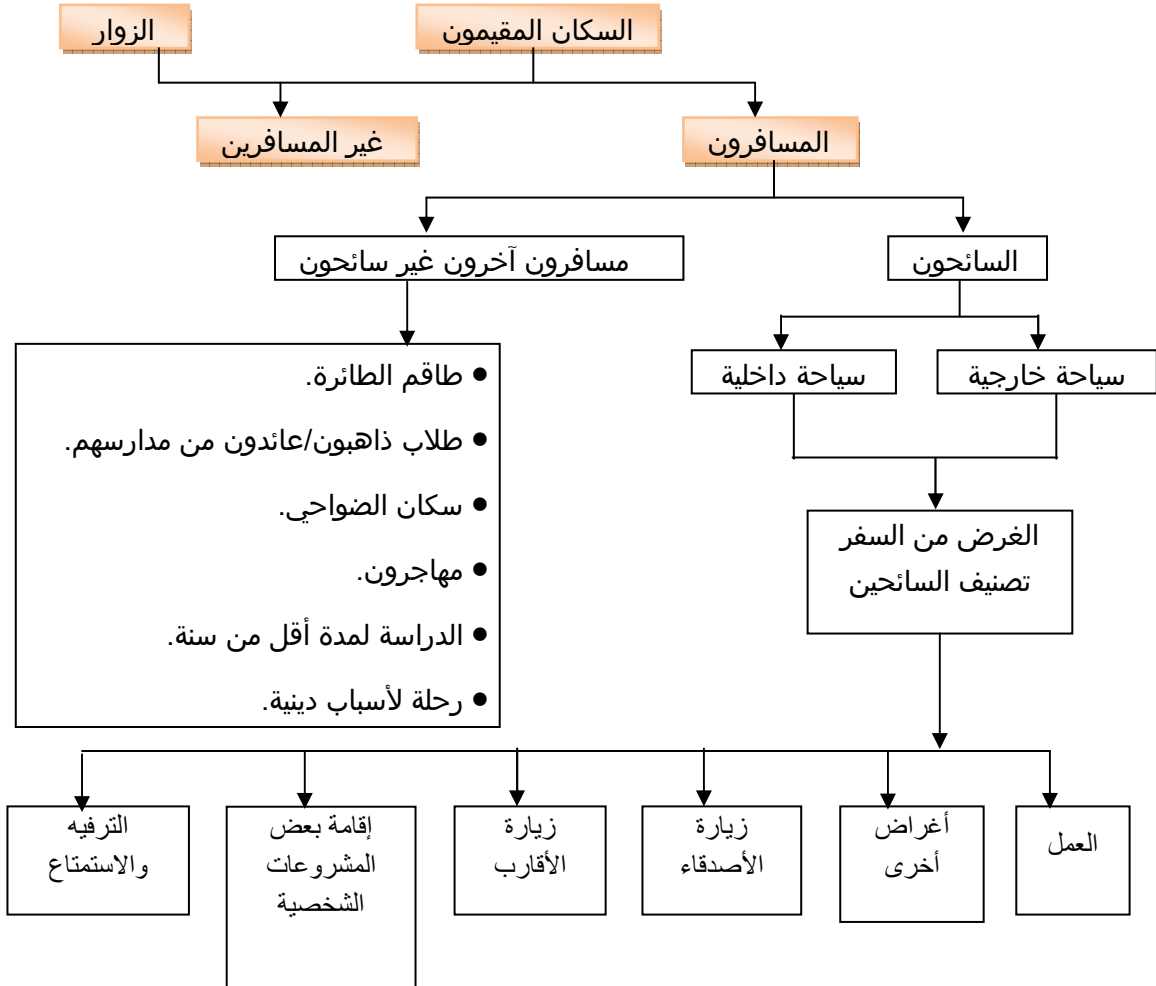
- السائحون: وهم الزائرون المؤقتون لدولة بغرض الترفيه على الأقل 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.

1 زيد منير سلمان، الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص53.

2 يسرى دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2002، ص14.

3 خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، ط1، دار زهران، عمان، 1999، ص19.

- المنتزهون: وهم الزائرون المؤقتون لمدة لا تقل عن 24 ساعة في الدولة التي سيزورونها.
- الشكل (1): تصنيف السواح .



المصدر: ستيفن بيج، إدارة السياحة، دار الفاروق، ط1، القاهرة، 2008، ص26.

ثالثا: أهمية السياحة:

يمكن إبراز أهمية السياحة باعتبارها أحد الدعائم الإنسانية للتنمية الاقتصادية محلية كانت أو وطنية من خلال جملة القطاعات التي تعتمد عليها باعتبارها صناعة تشمل النقل، الفنادق، الصناعات التقليدية وكذا الأنشطة التجارية وتختلف أهميتها بحسب الجانب الذي تبرز من خلاله فنجدتها تنقسم إلى: أهمية اقتصادية، أهمية اجتماعية، أهمية ثقافية، أهمية بيئية.

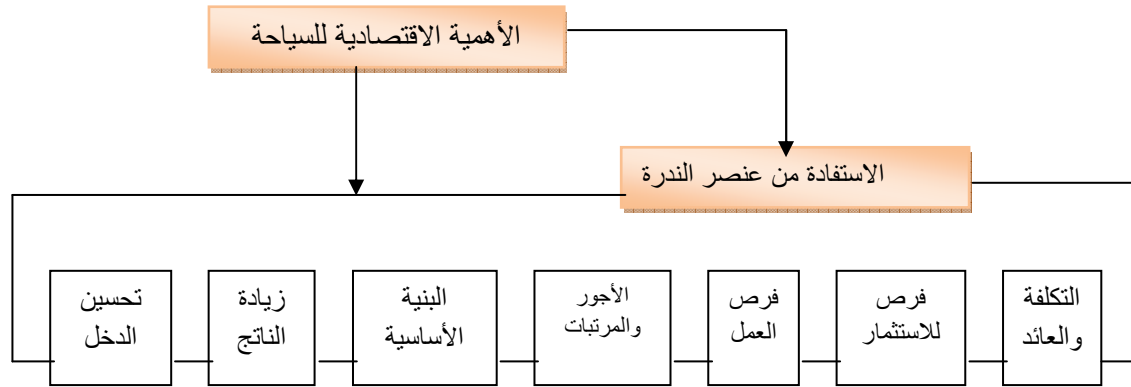
1- الأهمية الاقتصادية:

من أجل إقامة صناعة سياحية وفق قواعد النظم والوصول إلى تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي بالنسبة للدولة أو المواطنين، مع ضرورة حماية كل من الموارد السياحية والطبيعية التي تقوم عليها هذه الصناعة والحفاظ على تقاليد المجتمع وعاداته من التأثير بفعل العوامل السلبية والتي قد تغير مسارات التنمية الرشيدة¹.

فالسياحة أحد محركات التنمية الاقتصادية الرئيسية من خلال المساهمة في جلب العملات الصعبة وبالتالي رفع ميزان المدفوعات²، تدفق لرؤوس الأموال الأجنبية من خلال استثمارات، تأشيريات الدخول للبلاد، فروقات تحويل العملات وما إلى ذلك وعلاوة على خلق مناصب شغل.

كما أنها أداة رئيسية لتحقيق واستدامة التنمية، لما لها من تأثير إيجابي ومضاعف على أغلب القطاعات الاقتصادية والخدماتية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كما هو موضح لنا من خلال الشكل التالي:

الشكل (2): الأهمية الاقتصادية للسياحة.



المصدر: مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، ط1، دار رسلان، دمشق،

سوريا، 2009، ص.39

2- الأهمية الاجتماعية:

كما ويطلق عليها الأهمية من منظور إنساني حيث تكمن هذه الأهمية في تحديد حيوية الإنسان وطاقاته الجسدية والعقلية وكذا النفسية من خلال توفير الراحة والعلاج من القلق والتوتر، والابتعاد

¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص24.

² فؤاد غضبان، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص36.

عن الحياة السلبية وتُعتبر استعادة للدافعية والتوازن العقلي والعاطفي، ويقظة الحواس الخمسة وسلامة وحسن الأخلاق والارتقاء بالمبادئ الحميدة.¹

3- الأهمية الثقافية:

تبرز أهمية السياحة في كونها وسيلة لنشر الثقافات المختلفة بين الشعوب، فهي تحقق التبادل الثقافي من نقل للغات، والمعتقدات الفكرية، والفنون المختلفة باختلاف الثقافات عن طريق الحركة السياحية،² فهي تعمق الشعور بالتعاون و ترسخ فكرة التعاون والاتصال والمعرفة بالآخرين.³

4- الأهمية البيئية:

تعتبر السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة تم تكييفها مع بيئة أي مجتمع محلي، يشترط توفر بيئة جميلة وتضاريس مثيرة للاهتمام وثروة طبيعية خضراء وهواء نقي ونظيف، فهناك علاقة وطيدة بين السياحة والبيئة فهي تعمل على⁴:

- أ. حماية المحميات الطبيعية وصيانة نقاءها وخلوها من التلوث.
- ب. استعادة سلامة كل منطقة بيئية والمحافظة على التوازن البيئي ومن ثم حماية الحياة الطبيعية البرية والبحرية والجوية مما يؤدي إلى سلامة المجتمع وحيويته وفاعليته.
- ت. توفير حياة سهلة بعيدة عن الإزعاج والقلق والانبعاثات الغازية فهي تقرب إلى الحياة البسيطة والطبيعية.

¹ مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 23.

³ مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 42.

⁴ مصطفى يوسف كافي وآخرون، السياحة البيئية، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 67.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

اختلفت الدراسات وتعددت حول تقسيمات أنواع السياحة، وذلك لأننا نشهد تطور للسياحة مع التطور الاقتصادي والعلمي، فقد تدخلت عدة عناصر ودوافع لتصنيفات السياحة، ونجد أن العنصر الرئيسي هو الرغبات والدوافع الشخصية ويمكن تقسيمها إلى قسمين أساسيين:

أولاً: الأنواع التقليدية للسياحة:

و تنقسم إلى نوعين:¹

1. السياحة الترفيهية:

يُعتبر الترفيه شرط أساسي للنشاط السياحي؛ إذ يستهدف الفرد من خلاله للترويح عن النفس والاستجمام بعيداً عن الروتين اليومي، فيكون هذا النوع ملازماً لأغلب أنواع السياحة، وتشمل السياحة الترفيهية السياحة الشاطئية عند زيارة السياح للشواطئ، وسياحة التسوق عند انتقاء مشتريات مختلفة كالتذكارات مثلاً.

ولقد تطورت وتوسعت سياحة التسوق لتصبح من الأنماط الحديثة كترويج المنتجات الوطنية وتقديم تسهيلات جمركية وإعفاءات ضريبية على المبيعات.

2. السياحة الدينية:

تشمل هذه السياحة النشاط الذي يصاحبه زيارة سياح من الداخل أو الخارج لأماكن دينية قصد التعرف على تاريخها، وما تمثله من قيم روحية ومعتقدات مثل زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاثيكان بالنسبة للمسيحيين.²

¹ أماني رضا ، الإعلام و السياحة، أطلس للنشر و الإنتاج الإعلامي، مصر، 2016، ص15.

² حمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص141.

3. السياحة الرياضية:

لا تخص نوع واحد من الرياضة، وإنما تمتد لتشمل الرياضات الجماهيرية مثل كرة القدم إلى رياضة الأثرياء كلعبة الغولف فعندما تنظم مسابقات خاصة بالرياضة والألعاب الرياضية فإن على الجهات المختصة الاهتمام بالأمكان لذلك، وتحسين المرافق بها مما يجعلها أماكن سياحية بعد ذلك.

4. السياحة العلاجية:

ترتبط هذه السياحة بالبحث عن العلاج من أمراض مختلفة فالهدف هو الحصول على فترة نقاهة ولديها أماكن خاصة لذلك مثل التي يوجد بها مياه كبريتية أو العلاج بالرمال المشعة، فهذه السياحة تعرف بالسياحة الطبية، ولقد أطلق عليها حديثا السياحة العلاجية البيئية فقد يتم العلاج من القلق، الاكتئاب نتيجة التلوث وضغوطات الحياة، إلى جانب اعتبارها نوعا من أنواع العلاج النفسي، فهي من الأنواع المهمة لما تحققه من مداخل معتبرة للفترة التي يقضيها السائح وقد تكون من متوسطة أو طويلة الأجل وتنقسم إلى:¹

- السياحة العلاجية المناخية يتم العلاج عن طريق المناخ الجبلي أو بالقرب من البحار العلاج بمياه البحار.
- السياحة العلاجية المعدنية: يتم العلاج بها بالمياه المعدنية والكبريتية والينبوعية أو الرمال.

ولقد ذهب بعض الباحثين للتفريق بين السياحة العلاجية والسياحة الاستشفائية²، حيث يقصد بالسياحة العلاجية قيام السائح بالسفر من أجل العلاج ويكون تحت إشراف طبي و بحسب حالته يقوم في فترة النقاهة ببعض النشاطات السياحية أو زيارة إحدى المنتجعات، أما السياحة الاستشفائية هي توفر بعض الأماكن الطبيعية على خصائص تتمثل في مياه أو هواء جبلي بموقع منعزل، تشفي من أمراض معينة مزمنة كانت أو حادة تكون بديل عن الأجهزة الطبية المشعة والأدوية، ومن أشهر مصحات الاستشفاء في العالم مصحة دافوس "DAVOS" ومصحة ليسين "LEYSIN" وبيرك "BERCK" في سويسرا.

¹ يسرى دعيس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، مرجع سبق ذكره، ص174.

² أماني رضا، الإعلام والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص23.

5. سياحة المهرجانات الفنية:

مع تطور الحركة الفنية والتي شهدت تنظيم مهرجانات ومسابقات في مختلف الفنون (مسرح، سينما، فنون شعبية وفنون تشكيلية)، وتتعدد فوائدها من فنية وتجارية إلى إعلامية وتُساعد على تكوين صور ذهنية عن أماكن وجهات منظمة لذلك من مدن ومؤسسات.

6. سياحة المؤتمرات:

تُعتبر حديثة نسبياً بالنسبة للأنواع السابقة فقد ظهرت في أواخر القرن العشرين، عن طريق تنظيم مؤتمرات دولية تمتاز بالضخامة وعلو الدرجات، وانخفاض التكلفة ودورها تطوير المدن المضيفة.

7. السياحة الثقافية:

دافعها يعتمد على إشباع رغبة المعرفة وتوسيع دائرة المعطيات الحضارية والتاريخية للسائح، ونجد في هذا النوع الندوات الثقافية، المعارض والمسابقات التي يكون طابعها ثقافي مثل مسابقات الشعر و الموسيقى وما إلى ذلك،¹ وتدخل فيها كل من سياحة الآثار، سياحة أماكن المشاهير، أو أماكن حدثت فيها أحداث هامة.

8. سياحة رجال الأعمال:

هي انتقال وإقامة رجال الأعمال في دول مختلفة لإتمام أعراض تجارية كإبرام صفقات أو اتفاقيات تجارية، ويخلف من وراءه هذا النشاط تدفق لرؤوس أموال ومشاركات دولية في استثمارات مختلفة والشركات متعددة الجنسيات أو كما تسمى السياحة التجارية وما تحققه من منافع ربحية واقتصادية ويكون لديها أكثر من دافع (العمل والتجارة، الترفيه والاستجمام).

¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص139.

هي سياحة لأغراض تجارية و مهنية تجمع المكونات الكلاسيكية للسياحة من نقل إقامة و إطعام و هناك من يدرجها في سياحة المؤتمرات الدولية نظرا لتوسع الأعمال¹ .

كما ويدخل ضمن هذا النوع اللقاءات المهنية أو الوطنية التي تتناول موضوعات تجارية، اقتصادية من خلال تنظيم مؤتمرات والمشاركة في المعارض التجارية العالمية،² و تسمى أيضا سياحة المعارض يتم عرض مصنوعات ومنتجات أو الإعلان عن منتجات طويلة المدى.³

ثانيا: الأنواع الحديثة للسياحة:

تعددت أنواع النشاطات السياحية الحديثة والتي تخص مجارة التطور والتغير المستمر للمجتمع ونخص بالذكر⁴:

1. سياحة المغامرة:

يكون أولا الهدف منها الترفيه والاستجمام من خلال فترة إقامة يقضيها السائح إلى جانب ممارسة نشاط الهدف من وراءه التمتع وخوض تجارب مختلفة بممارسة أنشطة غير مألوقة تحمل جزء من المخاطرة، مثال ذلك صعود وتسلق جبال، زيارة غابات وما فيها من حيوانات مفترسة، الغوص في أعماق البحار، أي هي بعد عن المألوف وهناك من يجد فيها متعة قد لا يحظى بها الكثير.

2. سياحة المناسبات التاريخية:

قد يحن البعض إلى زيارة أماكن كان يعيش بها أجدادهم، فتتحول إلى سياحة الجذور "ROOT TOURISM" فيرغب الأبناء والأحفاد في زيارة وطنهم الأم فيكون بذلك الترابط بين المهاجرين والذين يسكنون الوطن الأم.

¹ Youssou sarr ,Industrie touristique et développement durable dans la commune de Saint-louis ,Thèse de Doctorat, étude sociologique ,Université Gaston Berger de Saint-Louis,2017-2018,p86

² محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2007، ص34.

³ يوسف جعفر سعادة ، التربية السياحية ، دار الكتاب الحديث ، ط1 ، القاهرة ، 2000، ص 86 .

⁴ أماني رضا، الإعلام والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص30.

3. سياحة بحسب العمر:

تكون وفق برامج سياحية تأخذ في اعتباراتها الفئة العمرية للسائح مثل سياحة الصغار (الأطفال)، سياحة الشباب، سياحة كبار السن.

4. سياحة متحدي الإعاقة والمكفوفين:

يكون الهدف الرئيسي من السياحة التعامل مع سائح معاق على أنه سائح عادي توفر له جميع الشروط وتضمن له كل الحقوق للقيام بالأنشطة السياحية.

5. سياحة العزلة:

ويطلق عليها منتجعات العزلة Retreat resorts، يتم اختيارها في مناطق بعيدة مثل جزر أو جبال و الوصول لها عن طريق قوارب أو مطارات صغيرة أو طرق برية جد ضيقة.

6. سياحة تطوعية:

بحيث تقوم مجموعتين من المنظمات الداعمة لهذا النوع من السياحة، إحداها مرسلة والأخرى مضيفة وتشرف عليها الدولة حيث أن الهدف الرئيسي هو تبادل الثقافات والمساعدة في تغيير الصور النمطية السلبية عن دولة ما، وتنمية الفهم المتبادل بين الثقافات.

فمن خلال ما سبق نجد أن مختلف أنواع السياحة التي تطورت وفق متطلبات و دوافع التطور السريع الذي نلاحظه في مجتمعاتنا، فنجد أن هناك سياحة الهوايات، السياحة الفضائية، سياحة نهاية الأسبوع، وما إلى ذلك، ما دفع بعض الباحثين إلى تسميتها بالسياحة البديلة.

المطلب الثالث : الصناعة السياحية كصناعة متكاملة

لقد تطورت السياحة تطورات هائلة حتى أصبحت صناعة لاقت رواجاً كبيراً، ولا يزال تطورها سريعاً وبالتالي فهي أكبر صناعة في القرن الحالي.

أولاً :ماهية الصناعة السياحية:

تعكس السياحة التقدم الحضاري والعلمي للشعوب كونها نشاط حركي له أبعاد عديدة وفي كل المجالات وهي صناعة خدمات يندرج تحتها العديد من الصناعات والقطاعات وخاصة النقل والإيواء والإعاشة والبنية التحتية والفوقية.

الصناعة السياحية تغطي واقعا متعددًا و متناقضا يصعب فهمه إذ يعد القطاع في حد ذاته قطاعا معقدا و متنوعا فهي تفاعل لمنتجات محلية (الإمكانيات السياحية)، وهذا يفرض انعكاسا مسبق للمشتغلين في السياحة سواء دوليين أو سلطات محلية للمحافظة على تلك الإمكانيات و استغلالها¹.

فالصناعة السياحية هي صناعة متشابكة ومعقدة تقوم بتقديم خدمات تتعلق بأعمال السفر بما يتعلق بوكالات السياحة و الأسفار و الشركات السياحية و من لهم علاقة بوسائل النقل بأنواعها،و تدخل كذلك نفقات الإيواء و الإطعام و الإعاشة فينشأ تداخل و مصاريف لكافة الخدمات و النشاطات و حتى المتعلقة بهيئات التطوير السياحي².

و عرفت كذلك بأنها: "التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير إنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السياح"³، وتشمل جملة من الأنشطة الخدماتية للقطاعات التالية:

- المواصلات؛
- الفنادق؛
- المنتجعات؛
- المأكولات والمشروبات؛

¹ Liliane Bensahel , Myrian Donsimoni,Le tourisme facteur de développement local, presse universitaires de Grenoble(pug) ,octobre 1999, France p10,p27.

² ريهام يسرى السيد،أسس صناعة السياحة ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2020 ، ص 19.

³ أولاد الهدار فاتح بلقاسم، دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية، دراسة حالة ولاية غرداية،

رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة السياحية والبيئة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ،

جامعة الجزائر 3 ، 2012-2013 ، ص 19 ص20.

- الثقافة ووسائل الترفيه؛
- مكاتب السياحة والأسفار؛
- شركات الطيران.

فمصطلح الصناعة يكاد يرادف القطاع الاقتصادي في الاصطلاح الحديث، ويشير إلى الصناعات الاستخراجية والصناعات التحويلية، ويمكن أن يشمل تقديم أي خدمة أو منتج مقابل ربح.¹

كما عرفت الصناعة السياحية على أنها الصناعة التي تقوم على ثلاثة أركان أساسية وهي:²

- السياح وهو العنصر البشري الذي تستوعبه الدول المضيفة، والتي تحتوي على معالم سياحية تكون ضمن مطلبهم.
- العارضون وهم الدول التي تقدم الخدمة أو الخدمات السياحية وذلك بعرض كل ما يمتلكون من إمكانيات تلبي رغبات وطلبات السياح.
- الموارد السياحية وتشمل كافة المعالم السياحية التي تزرع بها الدول المضيفة.

وعليه فإن الصناعة السياحية هي صناعة متداخلة ومتكاملة تعتمد على استخدام كل التجهيزات والعمالة والموارد الطبيعية والمالية للقيام بالخدمات السياحية الأساسية سواء على صعيد الخدمات الفندقية وأماكن الإيواء أو الخدمات المواصلاتية أو وكالات السياحة والأسفار وكذا خدمات الإعاشة والإطعام وذلك وفق برامج تخطيطية وتسويقية وإعلامية، فهي صناعة متكاملة لسوق اقتصادية قوامها الخدمات وهذا كله من أجل إشباع رغبات السائح.

ثانياً: أسس الصناعة السياحية:

يعتمد المنتج السياحي على بيع الخدمة من أجل إشباع أذواق السياح وعلى الموارد الطبيعية ولإبراز

¹ من موقع ويكيبيديا: ar.wikipedia.org

² هاشم محمد صالح، الجغرافيا السياحية، مكتبة المجتمع العربي، ط1، عمان، الأردن، 2014، ص12.

الخدمة السياحية يجب التركيز على أسس بناء الصناعة السياحية وهي¹:

- صناعة الإيواء والفنادق.
- صناعة النقل.
- صناعة الإطعام والإعاشة.

ومن ثم الاهتمام بتكامل وترابط الصناعات الثلاثة فيما بينها و ما يتطلبه الأمر .

1. صناعة الإيواء والفنادق:

تعتبر الصناعة الفندقية من أهم الصناعات التي تدخل ضمن الصناعة السياحية، بحيث يبذل مُلاك الفنادق سواء في القطاع العام والخاص كافة إمكانياتهم من تجهيزات فندقية إلى الاهتمام بالنظافة، إشراف داخلي وإدارة فندقية ناجحة وتكوين صورة ذهنية وسمعة حسنة للفندق مما يطيل فترة إقامة السائح.

وتعتمد هذه الصناعة على إشراف إداري فندقي وحسن الضيافة وذلك بإشراف داخلي والاعتماد على مجموعة كبيرة من العاملين، يعتمد على درجة الفندق (فنادق الخمس نجوم تختلف عن ثلاثة وغيرها) والهيكل الإداري يختلف كذلك من فندق لآخر بحسب السياسة والنظم الإدارية المتبعة، ولكن هناك مسؤوليات وخدمات ينبغي التركيز عليها والتي تجعل النزيل وهو في أغلب الأحيان سائح غريب عن المكان يرغب في تحقيق مستوى معين من الخدمات.

فمسؤوليات الإدارة الداخلية للفندق تنحصر في:²

- تحقيق مستوى عال من النظافة للفندق.
- تنظيم الأعمال المسندة لموظفي الفندق لتحسين الأداء والجودة.
- ضرورة إبلاغ قسم الصيانة بأية أعطال على مستوى الغرف.
- إتباع معايير السلامة في التنظيف والترتيب.

¹ ريهام يسرى السيد ،أسس الصناعة السياحية، مرجع سبق ذكره ، ص 23 .

² مصطفى يوسف كافي، إدارة الإشراف الداخلي في الفنادق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن، 2015، ص91 ص92.

- استخدام الأجهزة والمعدات بطريقة آمنة وصحية.
- الاهتمام اليومي بنظافة الغرف ومكاتب العاملين والمطاعم، والأماكن العامة بالفندق.
- توثيق التعاون مع بقية إدارات وأقسام الفندق المختلفة.
- تلبية متطلبات النزلاء من الخدمات الإضافية.
- حل شكاوي النزلاء مهما كانت طبيعتها.

أما بالنسبة للتجهيزات الفندقية وهي على حسب مستوى الفندق وتصنيف درجته وحددتها منظمة السياحة العالمية كما يلي:¹

- مبنى مستقل (في حالة فندق خمس وأربع نجوم).
- توفير مكيف هوائي مركزي مع ضبطه من داخل كل غرفة (في حالة فندق خمس وأربع نجوم).
- حمامات ودورات مياه داخل كل الغرف.
- الهاتف، وجود خط خارجي وداخلي لخدمة الغرف.
- الاهتمام بمساحة الغرف (المزدوجة والفردية)، والاهتمام بتأثيث الغرف وكذا الأجنحة.
- نوافذ سهلة الغلق وبها ستائر تحجب الضوء والضوضاء.
- الاهتمام بالإضاءة الكهربائية.
- وجود مصاعد في حالة طوابق عديدة.
- توفير إمكانية تقديم وجبة الإفطار في الغرف.
- وجود صالات وقاعات عامة.
- توفير خدمة الغسيل وكي الملابس والتنظيف الجاف.
- توفير زي خاص للعاملين بالفندق.
- قاعات طعام عامة وخاصة.
- تسهيلات ترك الحقائب وحفظ الأمتعة الخاصة.
- تقديم خدمة الغرف 24 ساعة.
- مستوى عزل ممتاز للأصوات.

¹ محمد عطية محمد، التجهيزات الفندقية، مكتبة بستان المعرفة للنشر والتوزيع، د س ن ، ص 17 ص 18.

- مكان لركن السيارات.
- نظام لاستدعاء النزلاء ومخاطبة العامة.
- وجود جهاز إنذار الحرائق وأجهزة إطفاء موزعة بشكل واسع حسب المطلوب.

وما إلى ذلك من خدمات طبية والإسعافات الأولية أو الإتصالاتية، وتوافر المهارات الفنية للعاملين ومستويات لائقة من المعاملة، وتوفير سلاسل الطوارئ، حيث الهدف من كل ذلك تقديم إقامة مريحة للنزيل فالصناعة الفندقية تعتمد بدرجة أكبر على راحة وانطباع النزيل ليفكر إما في زيادة مدة إقامته أو الرجوع مرة أخرى.

2- صناعة الإطعام والإعاشة:

تأتي هذه الصناعة بوجه خاص إما لصيقة بالصناعة الفندقية أي الاعتماد على مطاعم الفنادق أو خارجية من خلال قيام السائح بخرجاته السياحية والاعتماد على مطاعم المتوفرة بمكان إقامته، وتطورت فكرة المطاعم الآن وأصبحت حتى تنقل الطعام إلى المكان المتفق عليه مع إدارة المطاعم.

فالاهتمام بجلمة من الشروط يجعل من هذه الصناعة توفر للسائح أكبر قدر من الراحة المطلوبة من خلال:¹

- اعتماد المطاعم على ديكورات حديثة أو كلاسيكية مع خدمة الموظفين العاملين بالمطعم

بشكل لائق وبالابتسامة واكتساب مهارات الخدمة واتفاق لغات أجنبية مختلفة.²

- تختلف كذلك تجهيزات المطاعم المتواجدة بالفنادق حسب مستوى الفندق، وكذلك نوع الخدمة فتوجد مطاعم متخصصة في أكل معين (الأكل الإيطالي، المكسيكي، الصيني وغيرها) وأخرى كلاسيكية، ونجد كذلك اختلاف الديكور وما إلى ذلك من اختلافات يعتمد عليها الفندق

¹ محمد عطية محمد، التجهيزات الفندقية، مرجع سبق ذكره، ص 129.

² آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص 94.

من الاهتمام بأرضية وأسقف وحيطان مكان الإطعام، كذلك مداخل ومخارج المطاعم، الممرات، الموائد والكراسي، الستائر والأواني المستخدمة.

- تقديم طعام متنوع يلبي جميع رغبات السياح، أي وجود قائمة بحسب طلب الزبائن، مع مراعاة شروط النظافة.

3- صناعة النقل:

تساهم صناعة النقل في تنمية ودعم الأنشطة السياحية المتزايدة الأهمية دولياً ومحلياً، فهناك ارتباط وثيق بين صناعة النقل وصناعة السياحة فكلما نشطت حركة النقل نشطت حركة السياحة بطريقة متوازنة ومتكاملة والعكس أي لا سياحة دون وسائل نقل، فهو أهم الدعامات وضرورية من ضرورات الصناعة السياحية والمتمثل في:¹

- النقل البري و ينقسم إلى النقل الطرقي بالسيارات والحافلات أو الليموزين، والنقل بالموصلات الحديدية أو ما يسمى النقل الأخضر أو البيئي وتواجد محطات للقطارات والتي أصبحت آمنة.
- النقل الجوي، والنقل المعلق باستخدام "التليفريك" في المناطق الجبلية.²
- النقل المائي أي بواسطة السفن والقوارب.

عموما قطاع النقل كصناعة يحتاج إلى استثمارات ضخمة وخلق منشآت هندسية بصورة تسمح بتخطي العقبات الطبيعية والتي تعيق حركة التنقل، وتكون مؤمنة، ومزودة حتى بأرقى المطاعم السياحية وخدمات السياحة (محطات القطارات، الطائرات، السفن) وتقدم شتى أنواع الخدمات والتي أصبحت متطورة جداً بما يخدم أغلب الأنشطة السياحية.

ولا يمكن أن تقوم الصناعة السياحية و تكون صناعة متكاملة إلا بتداخل الصناعات الثلاثة و توفير

¹ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة دار أرسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2015، ص 57.

² مصطفى كافي، اقتصاديات النقل السياحي، نفس المرجع، ص 72.

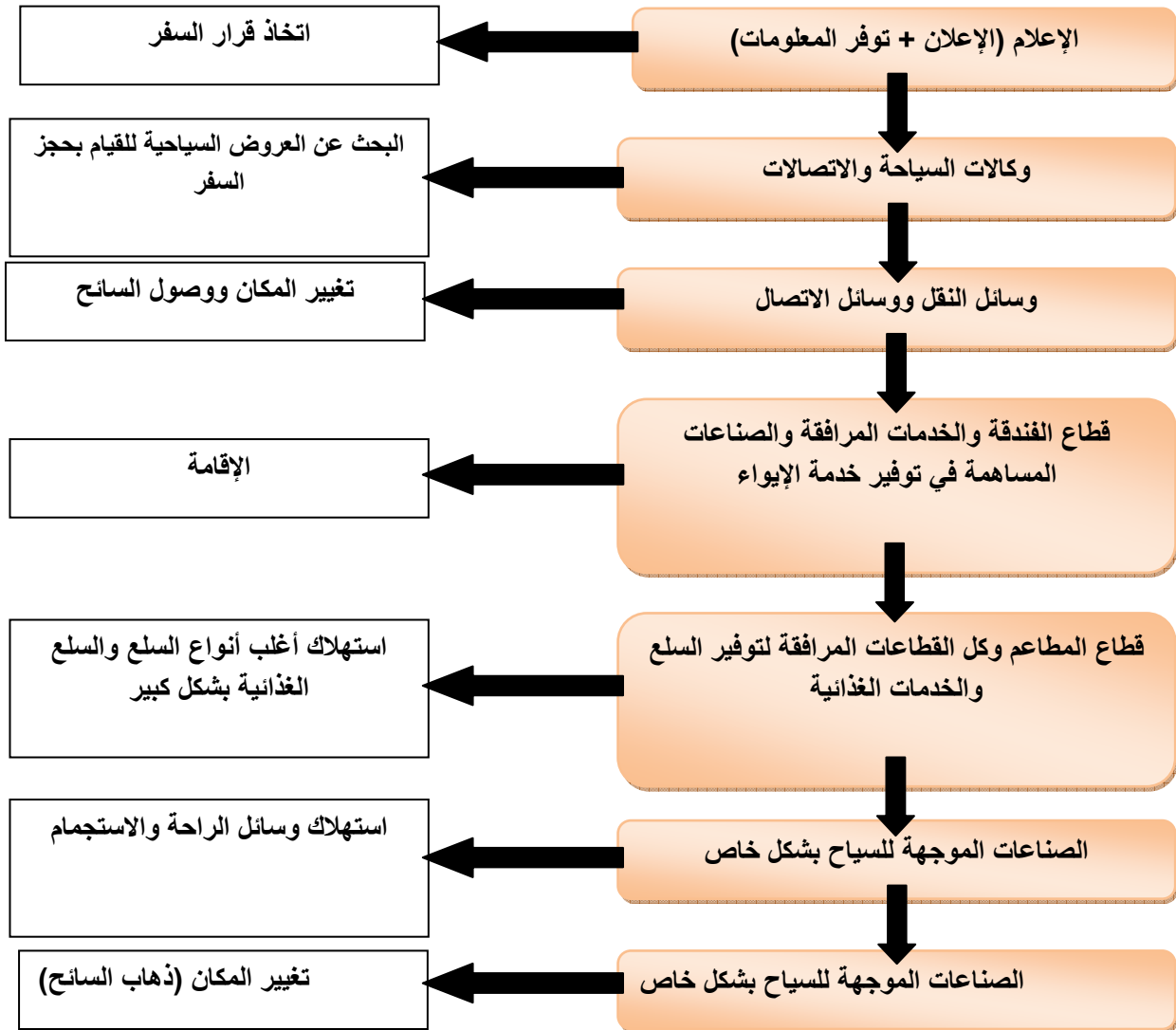
العناصر الأساسية والهامة و تتمثل في:¹

- المادة الأولية أو الخام والمتمثلة في المقومات الطبيعية الأثرية والحضارية لأي منطقة سياحية.
- رأس المال: لإنشاء أي مشروع سياحي لابد من توافر رأس مال عالي لتطوير مناطق الجذب السياحي وإنشاء تسهيلات وخدمات سياحية، والبنية التحتية لصناعة الصناعات السياحية وتطويرها.
- اليد العاملة: وتتمثل في العنصر البشري، ويحتاج إلى دراسة وإعداد مسبق وتخطيط علمي، وتطوير برامج العمل والاهتمام بها في مجال السياحة والذي يؤدي إلى تحقيق ربح كبير، وإدخال علم صناعة السياحة كعلم مستقل في المدارس والمعاهد والجامعات.
- الدعاية والإعلان والترويج: وهو عبارة عن بيع الحلم أو الأمل لسفرة سياحية معينة، فتوجه الشخص إلى منطقة معينة ولم يرها من قبل تعتمد على الدعاية، كي يدفع مبالغ مقابلها ما عدا الزيارات المتكررة، فإن الترويج الجيد والصادق والواضح يلعب دورا مهما في توجيه السياح فنجاح الإعلان يؤدي إلى نجاح السياحة.
- البنية التحتية: ولابد من توافر بنية تحتية تكون متطورة تخدم صناعة النقل وبالتالي الصناعة السياحية.

وبذكرنا لمختلف الصناعات المندرجة تحت صناعة السياحة يمكن أن نلخص مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المؤثرة فيها من خلال الشكل التالي:

¹ ريهام يسري السيد، أسس صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ، ص45.

الشكل رقم (3): مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المؤثرة فيها.



المصدر: بوزاهر نسرین، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة، منطقة الزيبان، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص نقود و تمويل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2017، ص76.

ثالثا : معوقات الصناعة السياحية:

بالرغم من الجهود المبذولة لترقية القطاع السياحي غير أن القطاع يشتهي من عدة مشاكل تختلف باختلاف اعتماد الدولة على القطاع السياحي بالمقارنة والقطاعات الأخرى يمكن التطرق إلى أهم المعوقات للصناعة السياحية من خلال¹:

1- معوقات متعلقة بالتنظيم والإدارة:

تدني مستوى الخدمات الخاصة والتي تخص المرافق السياحية والبنية التحتية وخاصة الطرق المؤدية لأغلب المنشآت السياحية وانعدام النظافة وضعف الاتصالات ومشاكل تخص الإدارة والتنظيم بالنسبة لمنظمي الرحلات السياحية أو إدارة المواقع السياحية.

كما نجد كذلك قلة المرشدين السياحيين وفي كثير من الأحيان قلة عدد اللغات التي يتقنونها وعدم إلمامهم الكامل بتاريخ المواقع السياحية.

2- معوقات متعلقة بالوعي وأهمية الصناعة السياحية:

ويمكن أن نلخصها في جملة المشاكل التالية:

- ضعف إقبال الشباب للقطاع السياحي وبالتالي استيراد عمالة أجنبية وهذا راجع لتدني مستويات الدخل في القطاع.
 - قلة وعي المواطنين لأهمية القطاع السياحي.
 - ضعف التسويق والترويج للقطاع من قبل وسائل الإعلام.
 - ارتفاع تكاليف الإقامة والإطعام في أغلب المرافق السياحية.
- 3 . معوقات خاصة بالتمويل :

ضعف القطاع سببه عدم كفاية الأموال المستثمرة لترقية القطاع، رغم المجهودات المبذولة لذلك، و عدم وجود بدائل تمويلية وهذا راجع لعدم ضمان الاستثمار في قطاع الصناعة السياحية.

¹ أكرم كرمول، تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، د س ن ، ص 96 ص 97.

مما سبق نستخلص أن الصناعة السياحية لا تقيد عددا محددا من العاملين بها، بل هي أبعد وأوسع غاية وخدماتها تؤثر على نتائج الاقتصاد القومي فهي صناعة مركبة تضم مرافق عديدة ومتباينة وأنشطة اقتصادية والتي تركز على الدراسة والتجارب، البحث وإدخال كل القطاعات سواء العامة أو الخاصة وأسسها تشمل كافة الصناعات، والتي تطورت في الآونة الأخيرة كثير مع تطور الأسواق السياحية بحيث أصبحت تخص شرائح مختلفة وكذا تطور منتجات سياحية جديدة أدى إلى نمو الأسواق وفعاليتها، والتطور التكنولوجي الكبير واستخدام شبكة الانترنت للحصول على المعلومات من المواقع السياحية مع إمكانية الحجز داخل الفنادق تسهيلات للسائح وكذلك قلة المخاطر وتوفر الأمن، كل هذا جعل من هذه الصناعة الخدماتية تأخذ منحى نحو التطور السريع والإيجابي والذي يعد استثمار لأي دولة لضخامة مداخله، وباعتبار نقطة ارتكاز للتنمية الشاملة.

المبحث الثاني: التخطيط السياحي و أهم مؤشرات السوق السياحي

إن تقدم الصناعة السياحة وتطورها مرتبط بالاهتمام بعاملين أساسيين وهما التخطيط السياحي والسوق السياحية، وذلك يكون بالاهتمام بتطوير المرافق الأساسية للخدمات السياحية والاهتمام بالمنتج السياحي المعروض وتنوعه الموجه لسياحة المواطن داخل بلده أو خارجه، ومن ثم إيجاد البيئة المناسبة لدعم النشاطات السياحية وذلك من خلال اختيار الأهداف وتقرير الموارد وتجديد حجم الاستثمارات ومصادر تمويلها وصولا إلى بناء منظومة كاملة من الاستغلال الأمثل لكافة العناصر الطبيعية والعناصر التراثية والحضرية وتنمية مكونات المنتج السياحي من أجل جذب شرائح مختلفة من السائحين.

يعتبر التخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي فهو نموذج خاص ضمن مخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية واهتماماته تنصب في دوافع النشاط السياحي الذي يسير وفق آليات السوق السياحية، و ما قد ينتج من آثار اقتصادية لها .

المطلب الأول: التخطيط السياحي

سوف نسلط الضوء في هذا الجزء من البحث على تعريف التخطيط في القطاع السياحي وأهميته وأهدافه

أولاً: تعريف التخطيط السياحي:

يمكن تعريف التخطيط السياحي على أنه وضع خطة إستراتيجية في مجال السياحة على المدى الطويل من طرف وزارة السياحة، أو الإدارات الرسمية للسياحة ويكون الهدف تحديد المستقبل السياحي للدولة، وتحقيق الأهداف العريضة للنشاط السياحي والتركيز على التنمية السياحية بمختلف أنواعها.¹

وكتعريف ثاني:² التخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي فهو جملة الإجراءات المرحلية المنظمة والمقصودة والتي تهدف إلى تحقيق استغلال أمثل لوسائل وعناصر الجذب السياحي المتاح وتحقيق أقصى درجات المنفعة، وفي نفس الوقت متابعة هذا الاستغلال وضمان حدوث توازن بين آليتي العرض والطلب السياحيين.

كتعريف ثالث:³ يعرف التخطيط السياحي على أنه وضع صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي لدولة معينة في مدة زمنية محددة، وذلك مع مراعاة الإمكانيات والموارد السياحية للدولة، ويكون ذلك من أجل تحقيق الأهداف المرجوة لتحقيق التنمية.

فالتخطيط السياحي يضع جملة من الاعتبارات الهامة للتوصل للنتيجة المرجوة من خلال:⁴

1. الإمكانيات المتوفرة والمتواجدة في منطقة معينة.
2. الإعلان والمتطلبات المستحدثة أي ما يتوفر عليه في المستقبل، الإعلان يكون عن طريق الإعلام السياحي.

فالتخطيط السياحي كان له بدايات في عصر النهضة والثورات الزراعية والصناعية وما كان من تغيرات اقتصادية واجتماعية وحضارية فقد سائر التخطيط السياحي بشكل موازي تطور الحركة السياحية الدولية.⁵

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره ، ص170.

² مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره ، ص21.

³ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات النقل السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 198

⁴ يوسف جعفر سعادة، التربية السياحية، مرجع سبق ذكره ، ص196.

⁵ عثمان محمد غنيم، وبنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي ، مرجع سبق ذكره، ص39 .

ثانياً: أهمية التخطيط السياحي :

يعد التخطيط السياحي مهم ولا تقل أهميته عن أي نوع من أنواع التخطيط التنموي فله أهمية إستراتيجية ويمكن حصرها فيما يلي:¹

1. ضبط وسيطرة الإدارة على الموارد المتاحة وتوظيفها بشكل امثل وسليم بالإضافة إلى تحديد الوقت اللازم لذلك وتحقيق الأهداف المرجوة.
2. ترشيد اتخاذ القرارات الإدارية والمسئولة.
3. تنسيق العمل بين الوحدات المسئولة عن القطاع السياحي وتوحيد الجهود،² وتفعيل وتعظيم دور الإدارة في التعامل من النواحي الفنية والتقنية والالتزام بالأهداف المسطرة.
4. وضع السياسات والأهداف والآليات اللازمة للتنسيق في مجالات النشاط السياحي³، وتحقيق التفاعل والحوار بين المستويات الإدارية.
5. وضع حلول مناسبة للمشاكل البيئية والاقتصادية والاجتماعية التي تخص القطاع.
6. تطوير المناطق السياحية المهجورة أو الغير مخطط لها.
7. توفير اليد العاملة الكفأة والاستفادة منها في العملية السياحية.

فلقد أصبح التخطيط السياحي ضرورة مع التغيرات السياحية التي نشهدها ووضع خطط مسبقة يكون من خلال رسم إطار إستراتيجي من خلال حصر العوامل المحيطة وإيجاد السلبيات والإيجابيات ووضع برامج وتحديد المشاريع وتقسيم الأهداف وفقاً للبعد والمدى (طويلة، متوسطة، قصيرة)، ووضع خطط بديلة أي أن التخطيط السياحي يجب أن ينصف بالشمولية والتكامل بين مختلف القطاعات المتداخلة فيه، ويتصف كذلك بالمرونة مع القدرة على التكيف مع كل المستجدات وتعديل الخطط إن أمكن حسب الظروف المتاحة.⁴

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره ، ص172.

² بدر حميد عساق، التخطيط السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص49.

³ محمد فريد وآخرون، التخطيط والتنمية السياحية، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص32.

⁴ فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص173.

ثالثاً : أهداف التخطيط السياحي:

يهدف التخطيط السياحي بشكل أساسي إلى تحقيق تنمية سياحية شاملة ومتكاملة ذات أبعاد اقتصادية، اجتماعية بيئية مع استغلال أمثل لعوامل الجذب السياحي من أجل تلبية احتياجات السياح وتتنحصر أهدافه فيما يلي:¹

1. توفير التجهيزات والخدمات اللازمة لتنمية القطاع، وتحسين الأداء والرفع من كفاءته.
2. إيجاد مناطق سياحية أخرى.
3. تطوير المؤسسات والهيكل السياحية.
4. تكوين أيدي عاملة مؤهلة ومدرّبة.
5. استغلال الفرص الاستثمارية والمتاحة، وإدماج القطاع الخاص لتنمية القطاع السياحي.
6. الاهتمام بالوعي المجتمعي ونشر المعرفة بفوائد السياحة ودمج المجتمعات المحلية في عمليات التنمية والمحافظة على مقومات النسيج الاجتماعي والمحافظة على التقاليد وعادات معيشة السكان.²
7. الانفتاح عن التطورات السياحية العالمية مع الحفاظ على النشاط السياحي المحلي.
8. التنسيق مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى.
9. توفير مصادر تمويلية داخلية واللازمة لعملية التنمية السياحية.
10. ضمان عدم قيام أنشطة اقتصادية أخرى منافسة في المواقع السياحية.

كما أن هناك أهداف مؤسسية وتنظيمية وتشريعية³ تخص الجوانب الفنية لضبط وتوجيه الأنشطة السياحية بما يتناسب وأهداف التنمية الوطنية وتحقيق التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى.

ومن أجل تحقيق النقاط السالفة الذكر وجب الاهتمام بمختلف الجوانب الفنية مع قابلية التطبيق في الواقع العملي، أي يجب أن تعكس الإمكانيات القدرات الحقيقية المتوفرة.

¹ نفس المرجع، ص 174.

² عبد الإله أبو عياش و حميد عبد النبي الطائي ، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي ، دار الورق للنشر و التوزيع ، ط2، عمان ، 2010، ص 73 .

³ فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 77.

رابعاً: أبعاد التخطيط السياحي:

يعتمد التخطيط السياحي في وضع برامجه والأهداف المسطرة على أبعاد مختلفة يرسم من خلالها إجراءات سير تلك البرامج وهذه الأبعاد تخص الزمن، المؤسسات، المكان.

1. البعد الزمني:

يخص المدى القصير والمتوسط والطويل أي كل تخطيط وله مداه الزمني ويقسم إلى¹:

أ. تخطيط طويل المدى (10-20 سنة):

يتم التركيز على وضع خطط سياحية شاملة على المدى البعيد و ذلك من خلال تحديد الإطار العام من الغايات الإستراتيجية والسياحية والموارد والإمكانيات المتاحة، من خلال تحقيق تناسق بين كافة مستويات الخطط السياحية الإقليمية والقطاعية.

ب. تخطيط متوسط المدى (03-07 سنوات):

يكون الهدف من الخطط متوسطة المدى تعيين معدلات النمو على المستوى الكلي والقطاعي وما يتطلبه من موارد ادخارية واستثمارية والبشرية تخدم هذه الخطط، الخطط طويلة المدى وكذلك قصيرة المدى، وتأثير الخطط القائمة على الاستثمارات التي يتعين متابعتها خلال مدة المشروع وبحسب القطاع الموجهة له والتي تأخذ عدة اعتبارات مهمة كالعناية بعناصر الجذب السياحي ورفع مستوى المرافق العامة الاهتمام بالبيئة، التزام القوانين والتشريعات السياحية، الحفاظ على أمن المناطق السياحية والسياح، وفي هذه المرحلة يتم ضبط التخطيط المتوسط الأجل مع مخططات التنمية والتناسق مع المراحل القادمة والسابقة.

ت. تخطيط قصير المدى (خطط سنوية):

¹ حلاله لويزة، دور التخطيط السياحي في تحقيق التنمية المحلية دراسة ميدانية في القطاعات السياحية لولاية قالمة، أطروحة الدكتوراه ل م د علم الاجتماع ، تخصص تخطيط حضري ،جامعة قسنطينة 2 ، 2018-2019 ،ص 62

ترتبط هذه الخطط بالميزانيات السنوية، بحيث تتضمن بيانات تفصيلية كما هو مستهدف تحقيقه خلال سنة ما من استثمارات فردية، قطاعية وتوفير مصادر تمويلية مختلفة، وما يساهم به أي نشاط استثماري سياحي من منظور الإنتاج، العمالة، التنمية.

ث. الخطة العاجلة:

وهي الخطة البديلة لمواجهة الظروف الطارئة والمستجدة في حالة مشكلة عاجلة تتطلب حلا سريعا أو يكون لها تأثيرات سلبية تمس عدد من المواطنين.

2. البعد المؤسسي:

يخص ترابط المؤسسات الداخلة في القطاع السياحي ويكون هناك مخططات مركزية تقابل المخططات اللامركزية.

3. البعد المكاني للتخطيط السياحي:

وينقسم إلى مستويات مكانية فنجد تخطيط على المستوى المحلي، الإقليمي والوطني والدولي¹:

أ. التخطيط السياحي على المستوى المحلي:

حيث يكون هذا التخطيط السياحي أكثر تفصيلا بحيث يحمل التفاصيل عن التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية وأماكن الإيواء، التسهيلات السياحية، محلات تجارية وكذلك شبكات النقل المختلفة، ويكون التخطيط وفق دراسات جدوى اقتصادية وتقييم برامج التنمية والهيكل الإدارية والمالية المنفذة وتتبع حركة السياح.

ب. التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي:

يكون بوضع خطة إستراتيجية لاستغلال إمكانيات إقليم معين، وذلك لأن لكل إقليم طبيعة وجغرافية تميز عن غيره ويتم التركيز على طرق المواصلات الإقليمية بأنواعها وأماكن الإيواء وكل الخدمات

¹ عبدة عبد السلام حسنة، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص32.

السياحية المقدمة، وضع برامج تسويقية سياحية، وبرامج تعنى بالتدريب والتعليم وهو أقل تخصص وغير مفصل كالخطيط الوطني.

ت. الخطيط السياحي على المستوى الوطني:

من خلال إعداد خطط التنمية السياحية على المستوى الوطني ضمن مخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل أقل تخصصا تفصيلا من المستوى الدولي.

ث. الخطيط السياحي على المستوى الدولي:

يكون وفق سياسات عامة تشمل عدة دول في إقليم معين أو دول الجوار، بحيث يشمل هذا الخطيط السعي لتطوير وتنمية عناصر الجذب السياحي، وقد تكون مشتركة بين الدول المتجاورة بما في ذلك مجال الترويج والتسويق السياحي.

قد ينكر البعض إلى أن برامج الخطيط السياحي تزيد و تعظم مع حجم المستويات، ولكن الحقيقة أن عمليات الخطيط السياحي الدولي تعتمد على خدمات النقل وطرق المواصلات وتطوير عناصر الجذب السياحي التي تتشارك فيها عدة دول جغرافيا، وقد يتم المشاركة من عدة منظمات وهيئات عالمية بينما على المستوى الوطني يكون ضمن أقاليم الدولة السياحية من خلال الجوانب التي يعالجها الخطيط الإقليمي السياحي بصورة أقل تخصصا وعليه نجد أن الخطيط السياحي على المستوى المحلي أكثر تخصصا وتفصيلا من باقي الأبعاد المكانية.¹

من خلال النقاط السابقة الذكر نجد أن الخطيط السياحي يعكس الاستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية، والاهتمام بالأهداف الواقعية ويتم تحديد أهدافه من خلال مراحل متلاحقة ومستويات مختلفة، والتي تشير إلى أهداف على مستوى الدولة أي أهداف وطنية وأهداف إقليمية أي أهداف موجهة إلى تنمية إقليم معين وأخرى محلية تكون داخل إقليم أو قد تكون على مستوى مدينة أو عدة مدن متجاورة.²

¹ محمد جاسم شعبان العاني، الخطيط الإقليمي، مبادئ وأسس نظريات وأساليب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص223-ص224.

² فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص175.

المطلب الثاني: السوق السياحية وآلياتها

تُعتبر السياحة سوقاً اقتصادياً قابلاً للتوسع عن طريق زيادة المنتج السياحي المعروض والمتمثل في الخدمات والملاح الحضارية والطبيعية والغير مادية، فهي لا تدرّ عائداً مادياً إلى عن طريق صناعة السياحة، وكأي سوق فيه يتم التفاعل بين آليتي العرض والطلب من خلال تتبع سلوك السائح من دوافع وخصائص وتوقعات الغرض منها زيادة المبيعات وترغيبه في الشراء وتكرار الشراء.

سنركز في هذا الجزء من البحث على دراسة كل من الطلب السياحي والعرض السياحي.

أولاً: الطلب السياحي:

يمكن وضع تعريف للطلب السياحي كمايلي: ¹

1. تعريف:

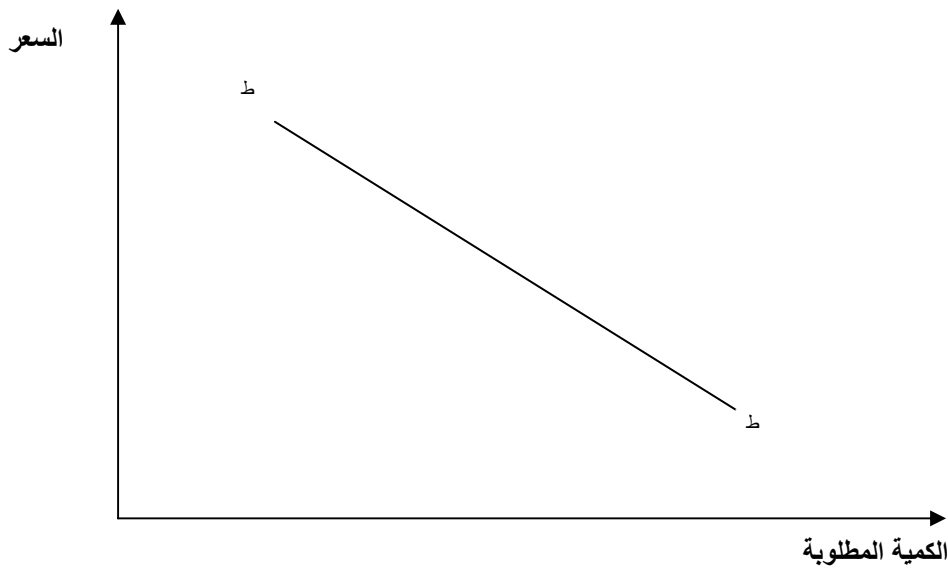
يمثل الطلب السياحي إجمالي عدد المسافرين أو الأشخاص الراغبين في السفر أماكن بعيدة عن إقامتهم واستعمال تسهيلات سياحية وخدمات وينقسم إلى ثلاثة أنواع:

- أ. الطلب الفعلي: وهو الطلب الصريح والذي يمثل المسافرين فعلاً خلال فترة زمنية حالية إلى أماكن سياحية مستغلين خدماتها وتسهيلاتهما.
- ب. الطلب الكامن: والذي يشمل الأشخاص الراغبين في السفر أي لديهم الدافع لذلك ولكنهم في الوقت الحالي غير قادرين لأسباب مادية أو متعلقة بأمور شخصية.
- ت. الطلب المؤجل: وهو الأشخاص الذين يستطيعون السفر ولكن ليس لديهم الدافع لنقص في الفرص أو تسهيلات الخدمات السياحية.

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه علوم، علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010، ص163.

وتتعدد وتنوع المنتجات السياحية من خدمات ومنتجات السفر والإيواء والفندقة، الإطعام والاستحمام، وبذلك نجد أن مفهوم الطلب السياحي بالنسبة للسلع العادية هو العلاقة السلبية بين السعر والكمية المطلوبة فكلما زاد السعر قلت الكمية المطلوبة والعكس مع افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب كالدخل والأذواق والإعلان والحالة الأمنية وما إلى ذلك¹، وبالتالي نحصل على المنحنى البياني الموضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم (4) : الطلب السياحي.



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص93.

2- قياس الطلب السياحي :

يمكن قياس الطلب السياحي والتنبؤ له من خلال عدة معادلات نلخصها فيما يلي:²

إذا ما عبرنا على الطلب السياحي بالنزوع أو الميل للسفر 'Travel Propensity' والذي هو نوعان:

أ. نسبة صافي السكان أو الأفراد المائلين للسفر ويقاس بالمعادلة:

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص92.

² مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره ، ص94، ص95، ص96.

$$\text{نسبة صافي الميل للسفر} = (أ / ع) \times 100$$

حيث أن:

أ: عدد الأشخاص في منطقة ما قاموا على الأقل برحلة خارج بلادهم خلال فترة هي السنة.

ع: عدد سكان المنطقة الإجمالي.

ب. نسبة إجمالي السكان أو الأفراد الراغبين أو الذين يميلون للسفر ويُعبر عنها وفق المعادلة التالية:

$$\text{نسبة إجمالي الميل للسفر} = (د / ص) \times 100$$

حيث أن:

د: عدد الرحلات الإجمالي التي قام بها سكان منطقة معينة خلال فترة زمنية هي السنة.

ص: عدد السكان الإجمالي للمنطقة.

كما يمكن حساب الطلب السياحي من خلال تكرار السفر 'Travel frequency' والذي نقصد به عدد الرحلات السياحية لسائح واحد في منطقة معينة خلال فترة زمنية محددة ويعبر عنه من خلال المعادلة:

$$\text{تكرار السفر} = و / م$$

حيث أن:

و: إجمالي نسبة الميل للسفر.

م: صافي نسبة الميل للسفر.

وفيما يتعلق بأعداد السياح في المستقبل أي التنبؤ لذلك هناك عدد طرق يمكن تحديد ذلك من خلال التنبؤ الإحصائي وأهمها: السلاسل الزمنية بكل أنواعها والانحدار البسيط والمتعدد.

أما التوقعات بالنسبة للطلب السياحي على الخدمات والمرافق السياحية تقاس بعدة طرق من خلال أعداد السياح المتوقعة مستقبلا كالطلب على الأسرة الفندقية مثلا.

أما فيما يتعلق بالتبيان الكلي للسياحة والنشاط المختلفة هناك عدة معادلات ولأغراض مختلفة ومتعددة نذكر أهمها:

• معامل الوظيفة السياحية Tourist function index:

يستخدم لقياس النشاط السياحي وكثافة لمنطقة معينة من خلال:

$$ت ف = (ط / ن) 100$$

حيث أن:

ت ف: معامل الوظيفة السياحية.

ط: عدد الأسرة المتاحة والمتوفرة في الفنادق وأماكن الإيواء لمنطقة معينة.

ن: إجمالي عدد سكان المنطقة.

ويتم التحليل على أساس:

كلما كان معامل الوظيفة السياحية كبير كان النشاط السياحي للمنطقة كبير والعكس

صحيح.

• معامل الاستجمام Recreation index:

يستخدم لاحتساب كثافة النشاط السياحي من خلال المعادلة:

$$ر = (ل \times 100 / ي) (1/ز)$$

حيث أن:

ر: معامل الاستجمام.

ل: عدد المسكن الثاني ضرب (4) ويعبر عنه عدد الزوار أو المقيمين مؤقتاً.

ي: عدد السكان الأصليين المقيمين بصفة دائمة.

ز: مساحة منطقة الاستجمام أو الدولة قيد الدراسة.

• معامل الراحة Confort Index:

يعبر عن نوعية الخدمة المقدمة و يحسب وفق المعادلة التالية:

$$ج = \frac{100 \times [(4ج + 3ج 0.75 + 2ج 0.5 + 1ج 0.25)]}{ج}$$

ح

حيث أن:

ج: معامل الراحة.

من ج 1 إلى ج 4: عدد الغرف في الفنادق من نجمة (1) إلى (4).

ح: الطاقة الاستيعابية للمنتج أو المنطقة قيد الدراسة.

3- خصائص الطلب السياحي:

يتميز الطلب في السوق السياحية بعدة خصائص وذلك وفق لخصائص المنتج السياحي ونذكر

أهمها:¹

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 105، ص 06.

أ . عدم التجانس :

يمتاز الطلب السياحي بعدة أذواق ورغبات وعليه نجد أن هناك عدة أنواع للسياحة¹، فلا يمكن تحديد دوافع السياحة من خلال هذه الرغبات، وكذلك نظرا لاختلاف المقومات المتوفرة للقطاع السياحي دون الآخر.

ب . الموسمية:

يتميز الطلب السياحي بالموسمية تبعا لما هو مقدم من عروض مغرية، فإن هناك أوقات في السنة تصل إلى الذروة مثل المهرجانات والتظاهرات ذات الطابع السياحي ويتوافق مع فترات العطل، والعكس مواسم الركود تقل التدفقات السياحية نتيجة لعدم إقبال السياح على السفر والسياحة والقيام بأمور حياتهم الخاصة.

ت . المرونة :

وهي درجة استجابة الطلب السياحي لمتطلبات المجال السياحي أي التغيرات في المحددات الرئيسية له وهي الأسعار والدخول ويقاس معامل المرونة بنسبة التغير المئوي في الطلب إلى نسبة التغير المئوي في المحدد (السعر أو الدخول).²

فالصناعة السياحية تتأثر بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى الدخول المادية للأفراد بصفة كبيرة، تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم ينتج عنه عدم إقبال فارتفاع أو ضعف السفر إليه من أجل السياحة.³

¹ جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر، 2003، ص51.

² جلييلة حسن حسين، اقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص41.

³ محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، مرجع سبق ذكره ، ص38.

ث . الحساسية :

يمتاز الطلب السياحي بأنه عالي الحساسية تجاه عدة عوامل سياسية اجتماعية و اقتصادية، والمرتبطة بالنشاط السياحي، والتي تؤثر بشكل مباشر في أذواقهم ورغبات السياح، فمثلاً إذا كان العامل الأمني وعدم الاستقرار كما هو معروف في دول العالم المتخلف فإنه يعتبر عامل سلبي لتدفق السياح حتى وإن كانت هناك خدمات سياحية ذات مستوى عالي وبأسعار معقولة.

ج . التردد :

يتصف الطلب السياحي بالتكرار¹ والتردد لنفس الإقليم السياحي إذا ما وجد السائح درجة مغرية من الراحة والمتعة، وفي نفس الوقت ومع توفر الإمكانيات المادية والوقت المناسب ما يدفع السائح للتطلع لمكان مغاير وأفضل.

د . التوسع :

مع تطور نوعية الخدمات السياحية فإن الطلب السياحي يزداد توسعاً، لأن المنتج السياحي يستمر في النمو عبر الزمن.

4-العوامل المؤثرة على الطلب السياحي:

هناك عدة عوامل تؤثر في زيادة الطلب على السياحة من أهمها²:

أ- ازدياد عدد السكان المستمر، ظهور فئات عمرية تركز على إشباع رغباتها من الخدمات السياحية.

ب-الهجرة من الريف إلى المدينة يؤدي إلى ازدياد الطلب على الخدمات المقدمة وبالتالي تطور السياحة والسفر وازدياد الطلب عليها.

ت-تطور مستويات المعيشة، وحقوق العاملين في الحصول على عطل مدفوعة الأجر.

¹ مصطفى يوسف كافي، الصناعة السياحية والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 93 .

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 153.

ث-ارتفاع الأجور يشجع على تحويل جزء من الأجر من أجل الاستجمام والتجوال والترفيه وبالتالي ازدياد الطلب على السياحة والسفر.

ج- التطور التكنولوجي للمواصلات والاتصالات والانتقال السريع يساعد على إلغاء المسافات والسفر بأريحية.

ثانيا: العرض السياحي:

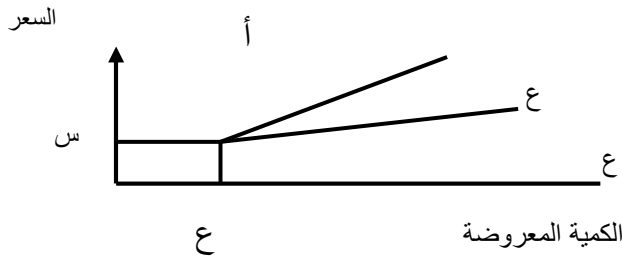
1- تعريف:

من المعروف أن عناصر الجذب السياحي الطبيعية المتمثلة في المناخ والطبيعة والآثار لا تنتج لنا شيء أي لها عرض طبيعي ثابت لا يتأثر بالعوامل الاقتصادية وبالتالي بالعرض السياحي هو عرض الخدمات السياحية التي تنتج ولها تكلفة ومتأثرة بالعوامل الاقتصادية ذات العلاقة، بصورة أخرى الطلب على الطبيعة والمناخ والآثار وما إلى ذلك أي على العناصر السياحية التي عرضها ثابت ولا يتأثر كثيرا بالمعطيات الاقتصادية يولد طلبا على المنتجات السياحية الضرورية الأخرى مثل السفر والإقامة والغذاء، النقل... إلخ.¹

و كتعريف فان العرض السياحي هو كمية الخدمات والسلع المعروضة والموجهة لإشباع رغبات السائحين.²

ويمكن دراسة ذلك من خلال المنحنى المبين في الشكل التالي:

الشكل (5): العرض السياحي.



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، نفس المرجع، ص 98.

² جلييلة حسن حسين، اقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

حيث أن:

العرض السياحي يكون ثابتا لا يتأثر بالسفر أو العوامل الأخرى ويكون عمودي يمثل (المناخ، الطبيعة، الآثار وما يدخل في حكمها)، ثم يبدأ في الميل نحو اليمين بحسب عقارب الساعة والذي يتبين لنا أن هناك عرض سياحي (مناخ، طبيعة، آثار) يولد معه طلبا معيناً لا يتأثر بتكاليف الإنتاج من عدمها وصولاً إلى النقطة (أ)، كما هو موضح في الشكل فيتم عرض المنتجات السياحية يبدأ في الارتفاع تبعاً لارتفاع السعر المتولد من زيادة الطلب السياحي وعليه المنحنى ع أ ع يمثل العرض السياحي ما إن توفرت العوامل المؤثرة فيه يبدأ المنحنى في التحرك حول مركزه أ إلى اليمين مما يدل على عرض أكثر عن كل سعر مفترض فوق مستوى (س) نتيجة لانخفاض تكاليف الإنتاج.

2- خصائص العرض السياحي:

من أجل التحدث عن خصائص العرض السياحي لابد من التعرض لخصائص المنتج السياحي لأنه هو ركيزة العرض السياحي نجد حتى أن المنظمة العالمية للسياحة عند ذكرها للعرض السياحي تتكلم على أنه المنتج السياحي وبالتالي فخصائص العرض السياحي نستخلصها من خصائص المنتج السياحي ويشترك المنتج السياحي في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات وهناك خصائص تميزه وحده وهي:¹

- أ. المعنوية، لا يكون ملموساً غير مرئي.
- ب. عدم التشابه أو اللانمطية: تختلف الخدمات السياحية المقدمة عن بعضها البعض.
- ت. قابلية الفناء: إن الخدمات السياحية تقف بمجرد إنتاجها أي عند استخدامها ولا يمكن تخزينها.
- ث. التلازم: الخدمة تقدم في نفس الوقت الذي تنتج فيه.²

أما بالنسبة للخصائص الخاصة بالمنتج السياحي فنلخصها فيما يلي:

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ، ص142.

² عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص29.

أ. استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي: فالسائح هو الذي ينتقل إلى المكان وليس العكس كما هو الحال في المنتج المادي، ولا يمكن تخزين مكونات المنتج السياحي الطاقات الإيوائية أو أماكن في المطاعم أو الطائرات.

ب. عدم المرونة في الأجل القصير: عدم القدرة على تحويل الموارد المستخدمة في العرض السياحي إلى استخدامات أخرى (لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في الأجل القصير) أو بناء منشآت سياحية وخدماتية في وقت وجيز.

وذلك راجع أيضا لأن الموسم السياحي يتصف بالموسمية في أغلب الأحوال ويؤدي ذلك إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.¹

ت. درجة استجابة المنتج السياحي لأسعار الخدمات السياحية منخفضة في المدى القصير وهذا راجع للوقت²، فالمنتج السياحي يحتاج لفترة طويلة لزيادة كميته من أجل رفع السعر، وما يتبعه من زيادة طاقة النشاط السياحي وكذلك حجم الاستثمارات السياحية يحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة وعدم قابلية المنتج السياحي للتخزين والنقل كما ذكرناها سابقا.

ونجد أن خصائص المنتج السياحي في حد ذاتها ليست ثابتا خاصة فيما يتعلق بالعناصر البشرية منها (خدمات الفنادق والإعاشة، الترفيه، الإرشاد السياحي)، والتي يمكن تعديلها إلى حد غير بسيط بحيث يستطيع القائمون بالتسويق السياحي أن يعدلوا في نسب كل عنصر من العناصر البشرية التي تدخل في تركيب المنتج السياحي من أجل إنتاج خدمات سياحية متوافقة مع رغبات الفئات المختلفة من السياح.³

ثالثا: التوازن في السوق السياحي:

التوازن في أي سوق يحدث عند تقاطع منحنى الطلب مع منحنى العرض، ويتحقق التوازن في السوق السياحي الكلي بحسب حالة العرض والطلب السياحي، فإذا كانت الخدمات السياحية

¹ محي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، مرجع سبق ذكره ص38.

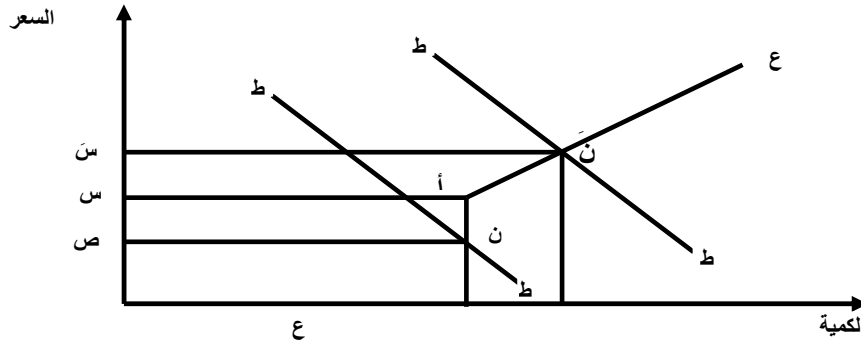
² أحمد ملوخي، اقتصاديات السياحة، مكتبة بستان المعرفة، مصر، 2005، ص79.

³ محمد الفاتح محمود بشير المغربي، تسويق خدمات السياحة، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط1، عمان،

2016، ص29.

ومنتجاتها غير متوفرة أو غير متطورة فإنه من المفروض نجد أن السوق السياحي عند التوازن يكون عند مستوى متدن من العرض والطلب، والسعر كما هو موضح في الشكل الموالي عند النقطة (ن)، وتقاطع منحنى الطلب (ط ط) مع منحنى العرض (ع أع)، وعند سعر (س) وكمية النشاط السياحي يقاس بالمسافة (ص ع) نلاحظ زيادة الطلب (وفق سياسة إعلانية مثلاً)، فإن منحنى الطلب يميل نحو اليمين، فيرتفع عن النقطة (ن)، فإن الطلب المرتفع الذي يرفع معه الأسعار يولد عرضاً للخدمات والمنتجات السياحية وفق تكاليف معينة ومن المفترض التحصل على عائدات مبيعات مرتفعة وبالتالي تحقيق أرباح جديدة و المبين من خلال الشكل التالي:¹

الشكل رقم (6): توازن السوق السياحي .



المصدر : مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص100.

المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للصناعة السياحية

من خلال هذا المطلب سنتناول الآثار الاقتصادية التي تخلفها الصناعة السياحة كمورد أساسي وبديل على الاقتصاد الوطني وكذلك ما تخلفه الاستثمارات السياحية من قيمة اقتصادية تسمى بالقيمة السياحية.

أولاً: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي:

تبرز الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي من خلال الدور التنموي الذي يلعبه القطاع في مجال التنمية الاقتصادية، فتعمل التنمية السياحة على تحسين ميزان المدفوعات وخفض نسب البطالة وما إلى ذلك من آثار إيجابية والتي سنحاول تلخيصها في النقاط التالية:

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص100.

1. أثر النشاط السياحي على الناتج المحلي الإجمالي:

إن الإنفاق على الخدمات والسلع المتعلقة بالصناعة السياحية يؤدي إلى انتقال الأموال إلى أيدي أصحاب هذه الخدمات من جيوب السياح، وبالتالي كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي تزيد معدلات الادخار الخاصة بالصناعات المرتبطة بالصناعة السياحية¹.

ونجد أن الدول التي لا تعتمد على المحروقات بشكل كبير فالنشاط السياحي يعد أكبر ممول للناتج المحلي الإجمالي، وبالتالي فحتى الدول المعتمدة على المحروقات أولت أهمية للنشاط السياحي لما له من أثر على الناتج المحلي.

2. أثر النشاط السياحي على ميزان المدفوعات:

تدرج الإيرادات والنفقات المتعلقة بالسياحة في ميزان المدفوعات تحت بند "السياحة" أو "السفر" في المجموع الجزئي للميزان التجاري، ويتم تقدير كل النفقات والمصروفات الخاصة بالسفر من خلال معدلات الإنفاق اليومي التي تخص السياح ويتم سوى تسجيل النفقات المباشرة (النفقات المتعلقة بالفنادق والوكالات السياحية، والتحويلات البنكية) المتعلقة بالسياحة أما باقي النفقات المتعلقة بالسياحة فيكون لها تسجيلات في حسابات أخرى².

وبيع المنتج السياحي للسياح يكون بالعملات الصعبة هذه العملية تقيد في ميزان المدفوعات وبالنقد الأجنبي والذي يُعتبر مصدر من مصادر الدولة وبالتالي تبرز الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي³.

3. أثر النشاط السياحي على البنية التحتية والمرافق العامة والقطاعات الأخرى:

من أجل تنمية القطاع السياحي يتم العمل على الاهتمام بالبنية التحتية والمرافق التي يستفيد منها السياح من وسائل المواصلات وتوفير شبكات وطرق النقل والمراكز الطبيعية السياحية، وكما يمكن

¹ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، ط1، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007، ص 68.

² أحمد عبد السمیع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، 2008، ص 348، 349.

³ أحمد محمود مقابلة، نفس المرجع، ص 70.

أن يكون هناك آثار مباشرة على منتجات مصنعة معينة (مثل: المناشف، الأغذية... الخ) أي أن هناك ارتباط للسوق السياحي بمختلف القطاعات الأخرى للاقتصاد الوطني¹.

4. أثر النشاط السياحي على المستوى العام للأسعار:

يؤدي رواج الصناعة السياحية إلى ارتفاع الإنفاق السياحي، كما يؤدي زيادة النشاط السياحي إلى زيادة الإنتاج والاستهلاك وبالتالي ترتفع الأسعار بزيادة الطلب على السلع والخدمات مما ينتج عنه ارتفاع في المستوى العام للأسعار، فالمنتجات والسلع المعروضة في أسواق المناطق السياحية تميل أسعارها إلى الارتفاع كلما كان هناك إقبال للسياح عليها من أجل تحقيق هامش ربح إضافي².

5. أثر النشاط السياحي على التشغيل ومحاربة الفقر:

تؤثر السياحة على زيادة مناصب العمل، وذلك لاشتمالها على عدة قطاعات وصناعات والتي تعتمد على اليد العاملة بدل الآلات، حيث أنه كلما استمر الطلب على السياحة، يكون هناك دائماً طلب على اليد العاملة وبالتالي تبرز أهمية هذا القطاع وتأثيراته المباشرة على التنمية الاقتصادية وقدرته على خلق مناصب شغل، وتقدر تكلفة خلق فرصة عمل في القطاع السياحي ثلث تكلفة خلقها في القطاع الصناعي وتقاس قيمتها النقدية حسب مستوى النمو وقيمة العملة ولكن ما نلاحظه أنها تبقى هي الأقل بالنسبة للقطاعات الاقتصادية الأخرى³.

كما وتخلق للفقراء فرص عمل وتتيح لهم طرح مشروعاتهم الصغيرة وفرص بيع السلع والخدمات مباشرة للسياح، ويتوقف أثر السياحة للحد من مشكلة الفقر على نوع السياحة (ما إذا كانت السياحة واسعة المجال أو متخصصة أو محدودة)، فكلما كانت السياحة أوسع كلما خلقت مناصب عمل للحرفيين البسطاء أو للباعة المتجولين أو حتى الماكثات في البيوت لإعالة عائلاتهم الفقيرة من تقديم حتى وجبات تقليدية للمطاعم التي يقصدها السياح أو بيع حرف تقليدية بسيطة فتدر عوائد على العائلات الفقيرة.

¹ أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص350.

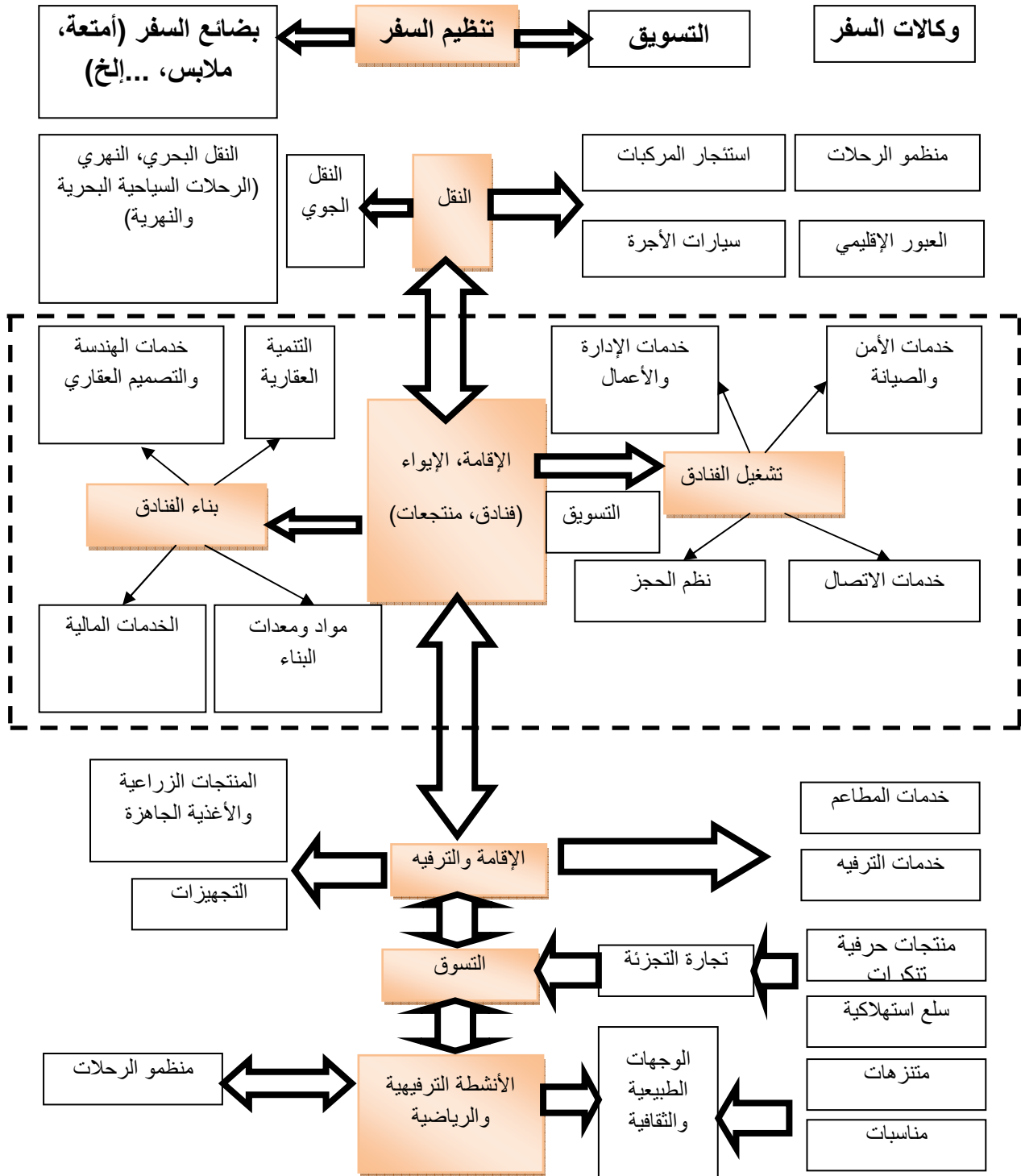
² بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة، منطقة الزيبان، مرجع سبق ذكره، ص95.

³ أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، نفس المرجع، ص350.

ثانيا: سلسلة القيمة السياحية:

تضم السياحة العديد من القطاعات الاقتصادية الفاعلة فيها والتي تعززها من خلال الفنادق، المطاعم والمرافق السياحية والبنية التحتية، والنقل وما إلى ذلك، وتصبح بذلك السياحة صناعة الصناعات وتخلق هذه الصناعة سلسلة القيمة السياحية والتي تتمحور من خلال القطاعات المشاركة في الاستثمار السياحي وتفاعل هذه القطاعات هو الذي يخلق لنا سلسلة القيمة السياحية والتي نوضحها من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (7): سلسلة القيمة السياحية.



المصدر: بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة، منطقة الزيبان، مرجع سبق ذكره، ص90.

من خلال الشكل السابق نجد أن السياحة تضم الصناعات التي سبق وذكرناها سابقا والتي تخص النقل، الفنادق، والإطعام، علاوة على الزراعة والخدمات الأخرى الداعمة لها، وإقامة روابط واسعة بين مختلف القطاعات والخدمات المقدمة للسياح من خدمات الضيافة أو الخدمات المالية والاتصالات والنشاطات الترفيهية والأمنية، من شأنها أن تؤدي إلى دعم القطاع السياحي وتطويره وخلق مرافق سياحية أكثر تخصصا ذات جودة عالية لاستقطاب أكبر نحو هذا القطاع.

وكل هذا يؤثر بصور عديدة في تمركز أغلب المرافق السياحية في البلدان الكبيرة والتي تحتوي على المطاعم والفنادق وبعدها عن المناطق الأثرية، وهو ما نتج عن الافتقار لعقد ندوات ومحاضرات وإدراج تخصص السياحة في الجامعات.

وما إلى ذلك من مشاكل ومعوقات جعلت من قطاع السياحة يتراجع ولا يستغل بالشكل الذي ينبغي وبالتالي عدم الاستثمار في ترقيته وتمويله من قبل الدولة وضعف الإقبال من المستثمرين والممولين.

المبحث الثالث: المنشآت السياحية و تمويلها

اهتمت أغلب دول العالم بالنشاط السياحي وخصصت له استثمارات ضخمة باعتباره من الأنشطة المتطورة، وأحد أهم مصادر العملة الأجنبية، وهو ما أدى إلى بروز المنشآت السياحية والاهتمام بها سواء من الناحية القانونية والمحافضة عليها أو من ناحية معاملاتها المالية والتجارية والمحاسبية وذلك باعتبارها تبرز مظاهر تقدم البلد وتوفيرها للخدمات التي يطلبها السياح.

ومن أجل التعرف على المنشآت السياحية ومعرفة مدى أهميتها وكيفية تمويلها تناولنا في هذا المبحث تعريف المنشآت السياحية وأنواعها، وأهميتها ومصادر التمويل المختلفة التي تلجأ إليها.

المطلب الأول: تعريف المنشآت السياحية وأنواعها

إن فكرة ظهور المنشآت السياحية هي من أجل تقديم تسهيلات خدمانية للوافدين السياح للمكوث مدة أطول وتشجيع السياح وإغراءهم لمعاودة زيارة المكان مرة أخرى كلما كانت الخدمات المقدمة مغرية كلما حفز ذلك السياح على الزيارة والإقامة وإعادة ذلك كما وتحفز المواطنين على القيام

بمخرجات سياحية داخل وطنهم وزيارة أماكن سياحية جميلة إذا ما تم تقديم خدمات وتوفير الراحة لهم.

أولاً: تعريف المنشآت السياحية:

تعددت التعاريف حول المنشآت السياحية، فيمكن تعريفها على أنها: الأماكن المخصصة لاستقبال السياح وتلبية احتياجاتهم من طعام وشراب (المطاعم)، وكذلك تقديم خدمات الإيواء والنقل للسائحين النزل (الفنادق)¹.

وكما سبق وذكرنا أن الصناعة السياحية تتركز على أركان وهي: الإيواء والإعاشة (الإطعام)، النقل، فضلاً عن البرامج السياحية الخاصة بالإرشاد السياحي، فالمؤسسات التي تقوم بالعمل على الصناعة السياحية من تقديم كافة الخدمات السياحية اللازمة من إيواء وإطعام وخدمات علاجية أو ثقافية، تجارية وتنظيم برامج الرحلات والتكفل بالنقل وخدمة السياح بمختلف أنواعهم، حيث أن غرض هذه المؤسسات يكون تجاري وتعتبر منشآت سياحية.

وكتعريف آخر:² يطلق على المنشآت السياحية الأماكن المعدة لاستقبال السياح والقيام بخدمات مختلفة من مأكولات ومشروبات على أن يتم استهلاكها في نفس المكان وكذلك توفير وسائل النقل بكافة أنواعها لنقل السياح ضمن رحلات مبرمجة.

ثانياً: أنواع المنشآت السياحية:

تختلف المنشآت السياحية بحسب الخدمات التي تقدمها، وباختلاف نوع السياحة المطلوب، ويمكن تقسيمها على النحو التالي:

- منشآت سياحية خاصة بخدمات الإيواء والإطعام (الفنادق، المطاعم).
- منشآت سياحية خاصة بخدمات الإرشاد السياحي (المرشدين السياحيين).
- منشآت سياحية خاصة بخدمات تنظيم الرحلات والأسفار (المكاتب السياحية).

¹ عاطف الأخرص، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، ط1، دار البركة، عمان، 2001، ص190.

² سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية. دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي، وكالة جيجل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك و تأمينات، جامعة قسنطينة. 2005-2006، ص39.

1. منشآت سياحية خاصة بخدمات الإيواء والإطعام:

وتسمى أماكن الإقامة السياحية، والتي تقدم خدمة المبيت للسياح على اختلاف أنواعها سواء منشآت سياحية جماعية أو أماكن الإقامة السياحية الخاصة¹، والمتمثلة في الفنادق.

أ- تعريف المنشأة الفندقية:

هو مؤسسة مملوكة لشخص أو جهة ما تقدم خدمة الطعام والشراب وكذلك خدمة الإقامة إن طلبت دون عقد خاص لأي سائح بطلب ذلك مع دفع مقابل قيمة الخدمات والتسهيلات المقدمة، وعموماً يمكن تعريف المنشأة الفندقية على أنها دار الإيواء سواء قدمت حفلات أو وجبات أو لا تقدم فكل الفنادق تدخل ضمن مفهوم المنشآت الفندقية مهما كانت درجتها وأي كان شكلها القانوني وصورة ملكيتها².

ويعرف أيضاً على أنه المؤسسة التي تقدم خدمة الإيواء (المبيت) بالدرجة الأولى، إضافة إلى خدمة الإطعام، الشراب وخدمات أخرى يحتاجها النزيل³.

ب- تصنيف المنشآت الفندقية:

إن عملية تصنيف الفنادق تحظى بأهمية كبيرة لما لها تأثير على السياحة العالمية والمحلية، بحيث يتم وضع الفنادق ضمن مجموعات، كل مجموعة ذات صنف معين، وتختلف التصنيفات من دولة إلى أخرى بحسب القوانين والقرارات التي تحددها وتتوقف عملية التصنيف عموماً على قواعد أساسية وهي⁴:

- الموقع.

- التصميم المعماري والاعتبارات الإنشائية.

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي مرجع سبق ذكره، ص24.

² محمد حامد عطا، المنشآت الفندقية والطبية من النواحي الإدارية والمحاسبية والضريبية، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، 2005، ص17.

³ Muriel Deneau, Patrick Coutin, droit et droit de tourisme, 4ème edition, Breal edition, Pays Bas, Aout 2008, P201.

⁴ محمد حامد عطا، نفس المرجع، ص18.

- التجهيزات الفنية.
- غرف النزلاء.
- الحمامات.
- أماكن خدمات النزلاء.
- الأنشطة الترفيهية والرياضية.
- ومع ذلك هناك تصنيفات متعارف عليها يمكن حصرها فيما يلي:¹
- تصنيف الفنادق من حيث الملكية:
- تُصنف الفنادق من حيث طبيعة الملكية إلى:
- ✓ فنادق خاصة: وهي فنادق يمتلكها شخص أو أكثر بحسب رأس المال المستثمر يتحدد حجمها.
- ✓ السلاسل الفندقية: هي إدارة شركة أو امتلاكها لعدة فنادق وتتميز بضخامة رأس المال المستثمر فيها وكبر حجمها.
- ✓ الفنادق المختلطة: وتكون ملكيتها مختلطة بين الدولة والقطاع الخاص أو الدولة وشركات أجنبية.
- ✓ الفنادق الحكومية: وتكون ملكيتها للدولة.
- تصنيف من حيث الموقع:
- وفقا لهذا المعيار تصنف الفنادق على النحو التالي:²
- ✓ فنادق المدن الكبرى:
- وهي الفنادق التي تقع في المدن الكبرى كعواصم البلاد، والمدن السياحية الهامة ويرتبط كذلك مستوى الفندق بموقعه داخل المدينة.
- ✓ فنادق المدن الصغرى:
- وهي الفنادق الموجودة في المدن الإقليمية أو الصغرى، ويقصدها الغرباء نتيجة العبور لقضاء شيء معين وتسمى كذلك بفنادق الضواحي.

¹ نفس المرجع، ص18.

² مصطفى يوسف كافي، إدارة الإشراف الداخلي في الفنادق، مرجع سبق ذكره، ص19.18.

✓ فنادق المنتجعات:

نشأ هذا النوع من الفنادق بداية من أجل الاصطياف وقضاء العطل الصيفية وتطور مع انتشار السكك الحديدية في القرن التاسع عشر، وتزايدت أعداد المنتجعات بعد ذلك بشكل ملحوظ، ونجد أن هذا النوع من الفنادق يكون لطالبي الترفيه والاستجمام وبالقرب من البحيرات الشلالات الجبال وغيرها¹.

✓ فنادق المطارات:

نظرا لأن مواقع المطارات تكون بعيدة عن المدن والمناطق السكنية، وعادة ما يتم تأجيل بعض الرحلات الجوية وبالتالي على شركات الطيران توفير أماكن للإيواء والطعام لهؤلاء المسافرين، ويكون هذا النوع من المطارات قريبا أو داخل المطار²، ويمكن لطاخم الطائرات أيضا استغلاله لقربه من مكان عملهم³، كذلك للمسافرين الذين تم تعطيل سفرهم مهما كان السبب ولكي يكون بالقرب من المطار ولا يتحملوا متاعب البحث عن فنادق في المدن القريبة.

✓ فنادق العبور (الموتيل):

تتواجد هذه الفنادق على الطرق البرية السريعة، والتي يراها المسافر من على الطريق، ويتم الدخول لها من الطريق بالسيارة بسهولة، وتكون في شكل شاليهات أو غرف مجتمعة والهدف من إنشاء مثل هذه الموتيلات هو إقامة المسافرين بسياراتهم الخاصة عند سفرهم⁴ وتوفير لهم خدمات الأكل والصيانة وخدمات متنوعة أخرى وتسمى كذلك بفنادق الطرق أو فنادق السيارات، ونجد أنها تطورت حاليا وأصبحت تضم أحواضا للسباحة وملاعب للأنشطة الرياضية المختلفة ويصعب التمييز بينها وبين المنتجعات⁵.

¹ محمد أمين محي الدين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، ط1، دار وائل للنشر و الطباعة، عمان، 1998، ص 46 .

² مصطفى يوسف كافي، إدارة الإشراف الداخلي في الفنادق، مرجع سبق ذكره، ص21.

³ محمد حامد عطا، المنشآت الفندقية والطبية من النواحي الإدارية والمحاسبية والضريبية، مرجع سبق ذكره، ص19.

⁴ محمد حامد عطا، نفس المرجع، ص19.

⁵ مصطفى يوسف كافي، إدارة الإشراف الداخلي في الفنادق، مرجع سبق ذكره، ص22.

ولقد جاء كلمة موتيل من فنادق راكبي السيارات وباللغة الانجليزية -MOTOR-CARS- HOTELS اختصارها هو موتيل¹.

• تصنيف من حيث الخدمات:

من حيث الخدمات التي تقدمها الفنادق تنقسم إلى:

✓ الفنادق التجارية:

وهذه الفنادق تتركز في المدن الكبرى حيث يتواجد رجال الأعمال وسياحة المؤتمرات وإقامة الحفلات وتكون ذات تجهيزات فندقية عالية².

✓ فنادق الإقامة:

وهي الأكثر شيوعا في السنوات الأخيرة ويقيم النزيل في الفندق لمدة طويلة إذا لزم الأمر وقد تصل مدة إقامتهم من شهر إلى ثلاثة أشهر متواصلة وينافسه في هذا النوع، فنادق الشقق التي تحتوي على عدد من الشقق ويتم الاستفادة فيها من خدمات الاستقبال والخدمات الأخرى.

فنجد على سبيل المثال مدينة "دبي" في دولة الإمارات العربية بدأت مثل هذه الفنادق في الانتشار كونها مدينة تجارية تستقبل العديد من التجار والوافدين من المنطقة الحرة المعروفة بمنطقة "جبل علي" أو ميناء دبي نفسها وهو ميناء الخليج العربي ذو الشهرة الكبيرة مما أدى إلى اتساع وتنوع الفنادق على هذا النمط لإشباع رغبات النزلاء المختلفين³.

✓ فنادق المغامرة:

تتميز مثل هذه الفنادق بالمبالغة في الصرف على ديكوراتها الداخلية⁴، كما تتميز بكبر قاعاتها وتنوع خدماتها مثالها فندق 'MGM' في لاس فيغاس في ولاية نيفادا الأمريكية، بحيث تحتوي على 3500 غرفة، وأكثر من 12 مطعما وكافيتريا ويحتوي على خمسة طوابق تحت الأرض يوجد

¹ مصطفى يوسف كافي، إدارة الأمن والسلامة الفندقية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011، ص22.

² محمد حامد عطا، المنشآت الفندقية والطبية من النواحي الإدارية والمحاسبية والضريبية، مرجع سبق ذكره، ص19.

³ مصطفى يوسف كافي، نفس المرجع، ص24.

⁴ محمد حامد عطا، نفس المرجع ذكره، ص20.

(مسابح، مسارح، أسواق) والطوابق الأولى والثانية والثالثة للعب القمار، وتستغل القاعات الضخمة بمثل هذه الفنادق للمؤتمرات والمسابقات (ملكات الجمال، الملاكمة، جوائز الأوسكار)¹.

✓ بيوت الشباب والمدن الجامعية:

عبارة عن بيوت أو أقسام داخلية غرضها تقديم خدمات إيواء للشباب المسافرين والمحبين للترحال للتعرف على البلاد أكثر لقاء أجر زهيد²، تكون متواضعة في تجهيزاتها وأثاثها، فالهدف ليس الربح وإنما توثيق الروابط بين الشباب وتذويب الفوارق بينهم³.

✓ الفنادق المتحركة:

هي فنادق غير ثابتة قد تكون عائمة أو برية متحركة أو غرف في الطائرة وهي قليلة جدا في العالم لارتفاع أسعارها⁴، وتوجد أيضا في شكل سيارات البرلمان ويطلق عليها لفظ "روتيل" وهي فنادق على عجل عبارة عن سيارة مكونة من طابقين، يستعمل أحدهما نهارا لمشاهدة معالم البلاد التي تزورها الطابق الآخر للنوم بدلا من الإقامة في الفنادق⁵.

• تصنيف من حيث الدرجات:

وفقا لهذا التصنيف توضع الفنادق ضمن مجموعات، لكل مجموعة، درجة معينة وكل درجة تختلف عن الأخرى من حيث الخدمات والأسعار ويسمى كذلك هذا التصنيف بالتصنيف الاقتصادي ونجد هذه التقسيمات⁶:

- فنادق الدرجة الفاخرة:

¹ مصطفى يوسف كافي، إدارة الأمن والسلامة الفندقية، مرجع سبق ذكره، ص26.

² مصطفى يوسف كافي، نفس المرجع، ص26.

³ محمد حامد عطا، المنشآت الفندقية والطبية من النواحي الإدارية والمحاسبية والضريبية، مرجع سبق ذكره، ص20.

⁴ محمد حامد عطا، المنشآت نفس المرجع، ص20.

⁵ مصطفى يوسف كافي، نفس المرجع، ص29.

⁶ محمد حامد عطا، نفس المرجع، ص20.

هذه الفنادق مصنفة بفنادق الخمسة نجوم وهي من أرقى وأعلى الفنادق المتواجدة بالعالم، تقدم جميع الخدمات الفندقية التي يحتاجها النزيل وبأسعار باهظة، وتخضع لمواصفات محددة تتعلق بالموقع والغرف والأطعمة وتسمى بفنادق الدرجة الممتازة¹.

- فنادق الدرجة الأولى:

هذه الفنادق مصنفة بفنادق الأربعة نجوم وهي ضمن الفنادق الراقية من حيث مستوى الخدمات الفندقية التي نقدمها ولكنها أقل من مستوى الفنادق الممتازة، تكون قريبة المستوى منها من حيث التجهيزات.

- فنادق الدرجة الثانية:

هذه الفنادق مصنفة بفنادق الثلاثة نجوم وهي أقل مستوى من فنادق الدرجة الأولى من حيث خدماتها وأسعارها.

- فنادق الدرجة الثالثة:

ويطلق عليها فنادق ذات المستوى الاقتصادي لأن مستوى هذه الفنادق متواضع من ناحية الخدمات و أسعارها مناسبة واقتصادية.

و يتطلب تطوير و ترقية الفنادق على الاهتمام بالعلاقات العامة في الفنادق و التي تركز على التخطيط و التنظيم، التوجيه و الرقابة و كذا التقييم المستمر للمحافظة على سمعة و نشاطات الفنادق²

ت-المطاعم:

نجدها في أغلب الأحيان تابعة للمنشآت الفندقية، باعتبارها تقدم خدمات الإطعام، ودورها أساسي لما تقدمه من خدمات حيث تلبي أهم الحاجات الاستهلاكية سواء للسواح المحليين أو الأجانب.

¹ محمد أمين محي الدين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، مرجع سبق ذكره، ص48.

² محمد جواد زين الدين المشهداني، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، ط1، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2017، ص 189.

فالمطعم هو المكان المعد والمخصص لتحضير وتقديم وجبات الطعام للزبائن خارج أماكن إقامتهم وتتعدد الأسباب منها الراحة الاجتماع، أو إقامة الحفلات والمناسبات مقابل ثمن معين محدد مسبقاً ويتناسب المكان مع نوع الخدمة ودرجتها¹.

وتغيرت فكرة المطاعم في الوقت الحالي وأصبح هناك نقل الطعام بعد إعداده إلى المكان المتفق عليه، ومع ذلك هناك شروط لا بد من إدارة المطعم العمل على اتخاذها لجلب الزبائن نذكر منها²:

- الترحيب وحسن الاستقبال، لخلق انطباع جيد على المطعم والشعور بالارتياح.
- الاهتمام بالديكورات الحديثة والكلاسيكية.
- المظهر اللائق والحسن والابتسامة والمهارة صفة يلتزم بها للعاملين داخل المطعم.
- تميز الموظفين بتدريب تعليمي مناسب وإتقانهم لعدة لغات أجنبية.
- الاهتمام بشكلية الطعام المتوازنة الأطباق، ومراعاة أذواق السياح حسب الأطعمة الموسمية والمرغوب فيها.

وحتى المطاعم يتم تصنيفها بالدرجات (الدرجة الممتازة، الدرجة الأولى...الخ) ويعتمد ذلك على الموقع والحجم والأثاث وغيره، مطاعم الخدمة السريعة، مطاعم متخصصة، مطاعم التسلية...الخ.

2. منشآت سياحية خاصة بخدمات الإرشاد السياحي:

يطلق في كثير من الأحيان على المرشدين السياحيين أيتام صناعة السياحة والسفر على عكس الذين يعملون في وكالات الأسفار، ومصممي الرحلات، موظفي شركات الطيران، فالمرشد السياحي غالباً ما يعمل وحده ولحسابه الخاص، فالتسمية في مهنة الإرشاد هي الصفة الغالبة على تلك المهنة ونضع محددات كمية العمل وبالتالي حجم الدخل المتحصل عليه.

أ- معنى الإرشاد السياحي و شروطه:

يقصد بالإرشاد السياحي عملية توجيه فئات معينة من المجتمع وتقديم تسهيلات وخدمات ضرورية في حقول المعرفة، وقد تطور علم الإرشاد حديثاً حيث صاحب العديد من العلوم، خاصة

¹ مروان أبو رحمة وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار البركة، ط1، عمان، 2001، ص20.

² سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية. دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي-وكالة جيجل - مرجع سبق ذكره، ص47.

في العديد من المجتمعات الريفية على إثر القيام بعمليات توجيه وتوعية فئات السكان في مناطق الإنعاش الريفي¹.

- تعريف المرشد السياحي:

ذلك الشخص الذي يقدم شرح وإرشاد سياحي للسائحين في المواقع الأثرية أو المتاحف أو المزارات السياحية والمعارض نظير تلقيه أجر على ذلك².

كما يعرف المرشد السياحي على أنه: "الشخص الذي يقوم بالإرشاد والشرح في مكان أو منطقة أو مدينة ما، وعليه فإن الدليل السياحي لا يقوم غالبا بالسفر أو الترحال على عكس مدير الرحلة TOURS MANAGERS الذي يعرف في صناعة السياحة بأنه الشخص الذي يسافر مع مجموعة من الناس لمسافات طويلة ومهما اتسعت مساحة بلاد ما فإن المرشد يضطر للسفر و الترحال لمسافات طويلة قصد القيام بمهامه فيصبح مثله مثل مدير الرحلة³".

مما سبق يمكن وضع تعريف مختصر للمرشد السياحي على أنه ذلك الشخص الذي يرافق السياح للأماكن التي يرغبون بزيارتها وتزويدهم بمعلومات عنها، وتوجد في وقتنا الحالي منشآت خاصة بالمرشدين السياحيين على اختلاف أنواعهم فمنهم من يكون مقيم بالمكان السياحي وعلى إطلاع واسع بمعطيات المكان، ومنهم المترجم الذي يتقن عدة لغات، ومنهم من يكونون في إدارات حكومية تستعين بهم الدولة لشرح معالم المكان السياحية والتاريخية للضيوف الرسميين، ومنهم من يُستعان به كسائق يعرف المكان جيدا، ومنهم من يكون موظف تابع لسلسلة فنادق يقوم بجولات إرشادية للنزلاء السياح⁴.

¹ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ الإرشاد السياحي، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 41.

² أحمد عبد الرزاق أحمد وآخرون، الإرشاد السياحي، دار الإتحاد، القاهرة، 2011، ص 213.

³ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ الإرشاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

⁴ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، مرجع سبق ذكره، ص 43.

- شروط مزاولة مهنة الإرشاد السياحي:

حرصت الكثير من الدول على الاعتماد وتأهيل المرشدين السياحيين لما لهم من قدرة على تسويق البلد سياحيا، ودورهم الفعال في إعطاء صورة لبلدهم مما يمتلكونه من مهارة وفن التعامل وسلوكهم الحضاري وثقافتهم واللغات المختلفة التي يتقنونها¹، إضافة إلى عدة شروط وإجراءات على حسب البلد فقد وضعت عدة شروط لمزاولة مهنة الإرشاد السياحي بحسب قوانين وقرارات كل بلد على حدا وتنصب أغلبها في²:

- الحصول على ترخيص مزاولة مهنة الإرشاد السياحي ويكون ذلك بترخيص من وزارة السياحة.
- لا يجوز للمرشد السياحي مزاولة المهنة في مناطق عسكرية أو حدودية أو جمركية إلا بالحصول على ترخيص استثنائي.
- لا يجوز للمرشد السياحي الخوض والمجادلة في الأمور السياسية والدينية.
- لا يجوز للمرشد السياحي مزاولة ألعاب القمار أثناء عمله بالإضافة إلى صفات أخرى يكون من الواجب توافرها في المزاوول لمهنة الإرشاد السياحي و هي³:
- يجب أن يكون تعامله جيدا و حضاريا.
- يجب أن يكون على إطلاع كافي ومعلوماته دقيقة على الأماكن السياحية وقادرا على الإجابة على تساؤلات السياح.
- يتمتع بروح مرحة ومضيافا ورفقته ممتعة.
- أن يكون منفتح و اجتماعي وبيادر إثارة المناقشات.
- أن يكون واثقا من نفسه حيث يستطيع التعامل في الحالات الطارئة.
- إتقانه للغات أجنبية ليسهل التعامل مع مختلف السياح.

¹ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ الإرشاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص75.

² أحمد عبد الرزاق أحمد وآخرون، الإرشاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص214.

³ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل ، نفس المرجع، ص44.

3. منشآت سياحية خاصة بخدمات تنظيم الرحلات والأسفار (المكاتب السياحية):

تقوم المكاتب السياحية بدور هام في تنشيط السياحة في الدول المتواجدة بها على اختلاف أنواعها فهي حلقة الوصل بين السائح والمنتجع السياحي، و تكون في شكل مكاتب أو شركات.

أ. تعريف الشركات السياحية:

تتمثل في شركات السياحة بشكل عام والتي تعمل دور الوسيط بين مالكي وموردي الخدمات السياحية المختلفة (الفنادق وأماكن الإيواء الأخرى، وسائل النقل، المنشآت السياحية باختلافها) ومستهلكي تلك الخدمات (السائحين)¹.

وتعرف أيضا على أنها: المؤسسات التجارية التي تنظم وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بضاعتها الخاصة ورحلاتها الجماعية أو الفردية، فهي الوسيط بين السائح والمنتج السياحي لقاء الحصول على العمولة².

فالمقصود بالشركات السياحية يتمثل في تحديد المهام التي تقوم بها هذه الشركات، حيث تقوم بتنظيم العناصر المختلفة المرتبطة بالرحلات السياحية وتجميعها وعرضها للبيع من خلال الكتيبات أو الإعلانات واستخدام مختلف وسائل الاتصالات والتكنولوجيا³.

ب. أنواع الشركات السياحية:

يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي⁴:

- منظمو البرامج السياحية:

يتمثلون أساسا في الشركات السياحية الكبيرة متواجدة بكثرة في الدول المعتمدة على السياحة بكثرة والمصدرة لها، حيث تقوم هذه الشركات بتجميع عناصر المنتج السياحي المختلفة وتنظيمها في صورة برامج سياحية متنوعة بجداول توقيت والمناطق المحددة مسبقا وعمل كافة الترتيبات

¹ سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات السفر، ط1، مكتبة لأجلو المصرية، القاهرة، 2010، ص49.

² مروان أبو رحمة وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص18.

³ ستيفن بيج، إدارة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص356.

⁴ سعيد البطوطي، نفس المرجع، ص ص54، 52.

اللازمة والمتوافقة ورغبات السياح، وتكون هذه الشركات ذات كيانات عظمى تمتلك القدرة على التعاقد مع مقدمي الخدمات السياحية من إيواء ونقل وإطعام وخلافه، وتحملها لتكاليف الدعاية والإعلان اللازمة لبرامجها السياحية، وفي معظم الأحيان نجد أن هذه الشركات تمتلك وسائل النقل والطائرات الخاصة وكذلك فنادق وأماكن الإقامة أو منشآت سياحية خدماتية مختلفة...الخ.

- وكالات السفر والسياحة :

هذه الوكالات تعمل دور العميل للشركات السياحية الكبرى المنظمة للبرامج السياحية مقابل تلقيها عمولة، أو مكاتب مستقلة حيث يقتصر دورها على بيع البرامج السياحية المعدة مسبقاً، وبالتالي فهي لا تتحمل تكاليف الدعاية، أي لا تقع عليها أية مسؤولية (مالية، تنفيذية، تنظيمية)، ولا تحتاج إلى الخبرة الكبيرة في التسويق والتخطيط.

- الوكالات الخدماتية السياحية:

تعمل كوكيل لمنظمي البرامج السياحية حيث تقوم بتنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقاً فهي شركات تنفيذية تكون في الدول المستقبلية للسياح.

ونجد أن عمل هذه الوكالات قد تطور حالياً وأصبحت مشاركة لمنظمي البرامج في تنظيم وتمويل وتحمل المسؤولية في إعداد البرامج السياحية، والاشتراك في المعارض والبورصات السياحية إضافة لتسويق المنتج السياحي، والقيام بفتح فروع للوكالات السياحية في الخارج والبقاء على اتصال دائم بمنظمي البرامج السياحية.

و تجدر الإشارة إلى أن البرامج السياحية هي الخدمات والمنافع المقدمة للسائح في فترة زمنية وتكلفة معينة وهي شديدة التأثير بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسلوكية ويمكن وضع المخطط التالي لتوضيح ذلك من خلال الشكل:

الشكل رقم (8): البرنامج السياحي.



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

و المقصود بكل من :

- درجة الأمان: وهي الإحساس الداخلي للسائح بأنه غير معرض للخطر هو وممتلكاته.
- التكلفة: كلما كانت مناسبة ومحددة كلما زاد الدافع من السياح للتعامل وإعادة التعامل مع الخدمات السياحية المقدمة.
- الانبهار: مراحل الإعجاب التي يمر بها السائح عند زيارته للمكان السياحي.
- الراحة: توفر أسباب الرفاهية والراحة اللازمة وتقليل الجهد المبذول في سبيل الحصول على المنافع التي يحققها السائح من العميلة السياحية.
- الإثارة: و ترتبط بالسياحة الخاصة بفئة الشباب.
- المتعة: هي درجة استمتاع السائح وهي العنصر المهم في استمرار العملية السياحية.

المطلب الثاني : دور المنشآت السياحية في تنشيط الصناعة السياحية

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق في الدور الذي تلعبه المنشآت السياحية و خاصة وكالات السياحة و السفر في تفعيل و تنشيط الصناعة السياحية ودورها مع القطاعات التي تخدم السياحة.

أولا :دور وكالات السياحة و السفر في تنشيط الصناعة السياحية:

تعد وكالات السياحة والسفر بشكل عام الوسيط بين مالكي وموردي الخدمات السياحية من إيواء وأماكن للإقامة المختلفة والمطاعم ووسائل النقل والمنشآت السياحية، حيث تقوم هذه الوكالات

بإعداد برامجها السياحية وإرشاد السائح ونصحه لما يتمشى واحتياجاته وإمكانياته في نفس الوقت بكل ما يتعلق بشؤون السفر والسياحة وتعتمد هذه الوكالات على خبرات ومهارات الوكيل السياحي المعتمد عندها.

1. دور وكالات السياحة والأسفار في الصناعة الفندقية:

نجد أن هناك علاقة وثيقة بين الوكالات السياحية والفنادق لأنه لا وجود سياحة بدون أماكن إيواء، حيث تعتمد الفنادق بشكل رئيسي على الوكالات السياحية وغالبا ما يكون هناك اتفاقات بينهما بحسب المواسم وحجز مجموعة غرف معينة من غرف الفندق وبأسعار خاصة، حيث أن الفنادق الكبرى والسلاسل الفندقية تعتمد بشكل كبير على الوكالات السياحية واعتمادها على نظم الحجز الإلكتروني والتي يتم ربطها بشكل أساسي على صفحات استقبال إلكتروني الخاصة بالفندق وأنظمة الحجز الخاصة بالوكالات السياحية.

كما تقوم الفنادق بتوفير أرقام تليفونية خضراء أي مجانية على حساب الفندق يستغلها الوكلاء السياحيين بالاتصال وزيادة الحجزات الخاصة بوكالتهم السياحية¹.

2. دور وكالات السياحة والأسفار في تنشيط شركات الطيران:

تلجأ وكالات السياحة والسفر إلى تنظيم رحلاتها عن طريق عقد اتفاقيات مع شركات الطيران من أجل الحصول على الأسعار والتخفيضات المناسبة وكذلك إلى مزايا استثنائية وأولية الحجز، كما وتحرص على التعامل مع شركات الطيران التي تمتلك فنادق أو تقوم للتسويق لمقاعد طائراتها وبالإضافة إلى غرف الفنادق التابعة لها وبالتالي توفر للسائح خدمة حجز تذاكر الطيران وغرف الفنادق في نفس الوقت².

3. دور وكالة السياحة والسفر في تنشيط الخدمات السياحية المختلفة:

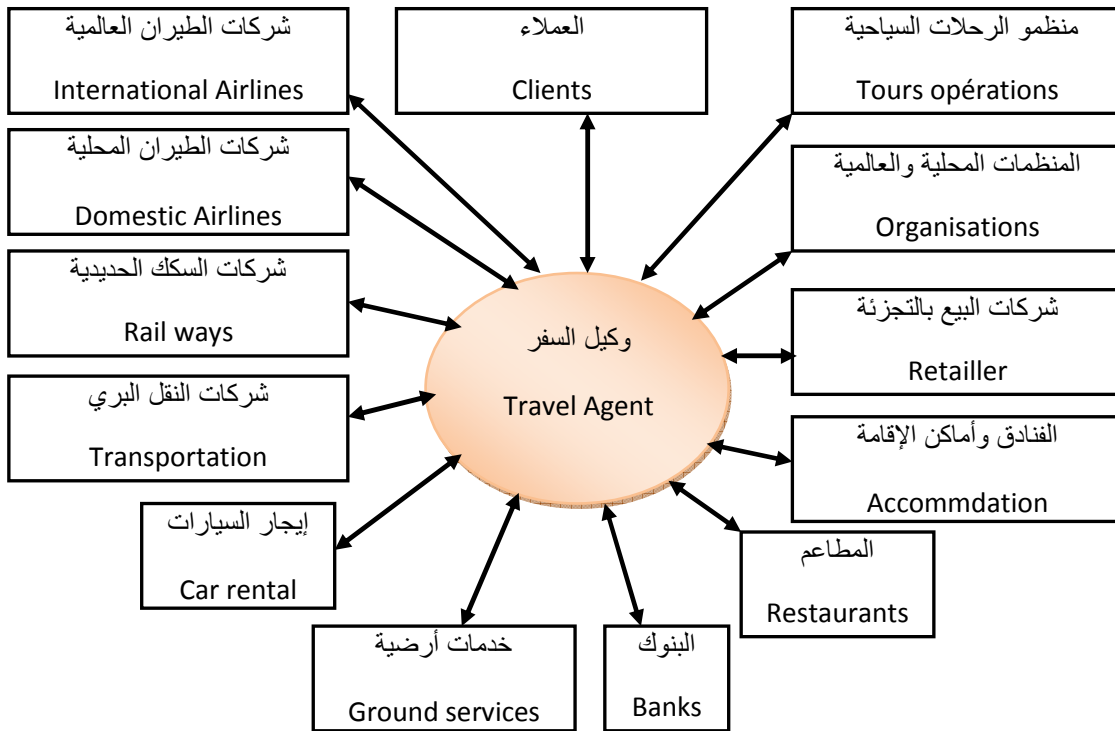
تتداخل العلاقة بين وكالات السياحة والأسفار والخدمات السياحية المقدمة وفق برامج تخصص فيها الوكالات بعناية حتى تستطيع الصمود والاستمرار في ظل المنافسة الشديدة بين موردي ومالكي الخدمات السياحية، وذلك لتداخل الصناعات السياحية وتطورها السريع، فينبغي على

¹ سعيد البطوطي، شركات السياحة وكالات السفر، مرجع سبق ذكره، ص 67.

² سعيد البطوطي، نفس المرجع، ص 69.

الوكالات السياحية تنظم وتسويق البرامج السياحية المختلفة والخاصة بالمقاصد السياحية للدول الأخرى والتي تحتوي مقومات سياحية مطلوبة وهو ما يسمى بالسياحة المصدرة Outgoing Tourism، وكذلك تقوم بإعداد وتنفيذ البرامج السياحية المسطرة للبلد ويقوم الوكلاء السياحيين بالتسويق لها في الدول المصدرة للسائحين وهو ما يطلق عليها بالسياحة الوافدة Incoming Tourism مما يجعل هذا النوع من السياحة من أهم مصادر الدخل القومي سواء للدول المتقدمة أو النامية على حد سواء ومن خلال الشكل التالي نوضح العلاقة بين وكالة السياحة والأسفار والخدمات السياحية الأخرى¹:

الشكل رقم (9): علاقة وكالات السياحة والأسفار بالخدمات السياحية المختلفة.



المصدر: سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات الأسفار، مرجع سبق ذكره، ص58.

¹ سعيد البطوطي، نفس المرجع، ص58.

4 . مسؤوليات وكالات السياحة والسفر:

هناك نشاطات معينة وأعمال تقوم بها الوكالات السياحية وتختلف من وكالة سياحية لأخرى فبالنسبة لأهم النشاطات التي تقوم بها هذه الوكالات نذكر:¹

- تنظيم ووضع الترتيبات اللازمة وتنفيذ الرحلات السياحية داخل وخارج الوطن سواء جماعية أو فردية حسب متطلبات السياح.
- حجز وبيع تذاكر السفر بأنواعه (بري، جوي، بحري).
- القيام بحجوزات الفنادق وأماكن الإيواء المختلفة والتعاقد والتفاوض مع مقدمي الخدمات على الأسعار المناسبة.
- تنظيم والمشاركة في المهرجانات و الأحداث السياحية المهمة سواء فنية أو موسيقية أو رياضية...الخ
- وضع خط استشارات واستعلامات خاص بالعملاء على الرحلات المناسبة وأسعارها وأماكنها حسب الرغبة.
- المساعدة في استخراج التأشيرات السياحية للدول المراد زيارتها والإجراءات المختلفة والخاصة بالحدود من جمارك وحجر صحي وما إلى ذلك.
- وضع استخدام كتيبات توضيحية للأماكن المراد زيارتها ومعلومات عن الرحلة المنظمة.
- مساعدة الزبائن والعملاء على تأجير السيارات.
- تنظيم وتحديد أماكن وأوقات الزيارات وفق البرنامج السياحي.
- وضع كافة الترتيبات وتقديم استشارات حول التأمين على الرحلات والأمتعة وإصدار شيكات سياحية وكل ما يتعلق باستبدال العملات الأجنبية...الخ.
- وضع الترتيبات اللازمة والخاصة برحلات المجموعات مثل الحج والعمرة، وحضور المؤتمرات والرحلات الرياضية...الخ.

¹ سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات الأسفار، مرجع سبق ذكره ، ص56 ص 57 .

ثانيا : دور المنشآت السياحية في تنشيط الصناعة السياحية :

أدركت العديد من الدول في القرن الحالي الأهمية الكبيرة للسياحة كصناعة ستكون الأكبر تأثيرا على اقتصاديات الدول، حيث أولت الدول اهتمامها بفتح أسواق جديدة لأجل استمرارية المد السياحي على كافة المواسم، وتقديم برامج سياحية بخدمات عالية الكفاءة ومنافذ توزيعية مناسبة، وامتلاك وسائل متطورة للترويج السياحي، ويرجع الاهتمام بالمنشآت السياحية لما تقدمه من تنشيط للسياحة ودورها الكبير والمتمثل في¹:

1. تدفق رؤوس الأموال الأجنبية

إن الاستثمارات في القطاع السياحي ودعمه يحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة، واهتمام الدولة بالسياحة من شأنه استقطاب أعداد كبيرة من السياح الأجانب والذي يدر على الدول تدفق النقد الأجنبي وبالتالي استغلاله في الخطط التنموية وتنمية القطاع السياحي وزيادة منشآته من بناء فنادق، قرى سياحية ومنتجعات وفروق تحويلات العملة، فرض ضرائب على الاستثمارات السياحية، فضلا عن الترخيص للشركات السياحية الأجنبية عن فتح فروع لما داخل البلد.

2. الاستفادة من التقنيات التكنولوجية:

المستوى التكنولوجي الذي يتم نقله والاستفادة منه في ظل تنمية وتطوير والاستثمار للمنشآت السياحية الأجنبية من توفي المهارات اللازمة لتشغيل المعدات والأنظمة المختلفة، وكذلك تأثير التكنولوجيات الحديثة على ميزان المدفوعات، والمشروعات الوطنية لأنها تنعكس سلبا ما لم تكن قادرة على مواكبة التطورات التكنولوجية فالسماح للشركات الدولية الدخول في المشاريع الاستثمارية السياحية من شأنه أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي من خلال:

- نقل تقنيات أنظمة الإدارة الحديثة خاصة في مجال الفنادق وغيرها من المنشآت السياحية.
- إدخال تجهيزات عصرية من شأنها تسهيل الخدمات السياحية وإنتاج سلع صناعية لأغراض سياحية.
- تطوير برامج تدريب للموظفين السياحيين.

¹ سعاد صديقي ،دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، مرجع سبق ذكره ، ص ص58، 59.

- القيام ببحوث تنموية في سبيل تحديث القطاع السياحي.
- القيام بعمليات التنقيب عن الآثار وترميمها.

3. خلق مناصب شغل ويد عاملة ذات كفاءة عالية:

إن التوسع في المشاريع السياحية من شأنه أن يخلق مناصب شغل وفرص عمل جديدة للطالبين لذلك خاصة في المنشآت السياحية الكبيرة سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، حيث تتمثل العمالة المباشرة في العمل بالمنشآت الخاصة بالقطاع السياحي من موظفين وعمال بسطاء، باحثين مختصين خبراء...الخ، أما العمالة غير المباشرة فهي التي تتوفر من الصناعات المرافقة للصناعة السياحية كشركات المقاولات والبناء، التجهيز والأثاث المختصون في الديكور والمطابخ، وما إلى ذلك من أعمال تخص المنشآت السياحية، وترقية الصناعة السياحية تحتاج إلى طبقة عمالية مؤهلة ومدربة على أعلى المستويات مما يدفع للقائمين على صناعة السياحة من تعليم الأفراد التابعين لهم وتدريبهم في مختلف المجالات الخدماتية السياحية، وكذلك اهتمام الدولة بتطوير استثماراتها السياحية وتطوير هذه الصناعة عن طريق إنشاء معاهد وكليات علمية وتدريبية وإرسال بعثات تكوين للخارج، والغرض تغطية مختلف المنشآت السياحية بالأيدي العاملة المدربة وبالتالي زيادة فرص العمل وانخفاض البطالة.

4. خلق علاقات اقتصادية بين القطاعات وتحقيق التوازن الإقليمي:

إن السعي نحو توسيع المشروعات السياحية أو تطويرها من شأنه أن يؤدي إلى خلق مشروعات في نشاطات اقتصادية أخرى، فالمنتجات التي يستهلكها السائح نجد أن الطلب عليها يستمر وبالتالي سوف يكون هناك عرض مرافق لها، أي أن مستهلكات السائح من مواد غذائية، عطور، تحف تذكارية، حلي، وما إلى ذلك يعود بالأرباح على المنتجين والحرفيين ويساهم في استمرار نشاطهم والتوسع في أعمالهم وخلق مشروعات جديدة.¹

وفي حال التوسع في المشاريع السياحية وتوزيعها إقليمياً سواء كانت المشاريع تابعة للدولة أو خاصة أو أجنبية سوف يؤدي ذلك إلى تحقيق التنمية والتوازن الاقتصادي والاجتماعي ويحسن مستوى المعيشة للأفراد وخلق مناصب شغل جديدة وكذلك إعادة توزيع الدخل بين المناطق

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، مرجع سبق ذكره، ص 61، 64.

الحضرية والريفية واستغلال الموارد الطبيعية وتحقيق توازن إقليمي بين المناطق المتطورة وغير المتطورة، ومع ذلك يجب الحرص في حال تحول منشآت أو شركات أجنبية للاستثمار في القطاع السياحي أن لا يكون ذلك على حساب المشاريع السياحية الوطنية حتى لا يؤثر بالسلب على رأس المال الوطني.

و هناك دور ثقافي وحضاري حيث أن التسهيلات التي تقدمها المنشآت السياحية من إيواء وإطعام ونقل وكل ما يحتاجه السياح من خدمات سياحية هو ظاهر ما تقوم به ونجدها في نفس الوقت أحد أهم مستلزمات التحضر ونشر ثقافات الشعوب والتعرف على تاريخ الحضارات وهي عامل من عوامل الاتصال يبين الشعوب وزيادة حركة السياحة، فالسياحة محرك للتنمية و ذلك بوجود قيادة و تطبيق جديدين¹.

كل المنافع السالفة الذكر من أهم ما تقدمه المنشآت السياحية وأهم من ذلك فإنها تخلق التكامل بين الصناعات السياحية وتحقق زيادة حقيقية في الناتج القومي للدولة.

المطلب الثالث: الاستثمار في الصناعة السياحية ومصادر التمويل المختلفة

يحتاج الاستثمار في المجالات المختلفة لتطوير الصناعة السياحية إلى رؤوس أموال ضخمة، وهذا راجع إلى ارتفاع تكلفة إنشاء البنية التحتية، وتجميد هذه الرؤوس المستثمرة لفترات طويلة، حيث تعد عوائد منخفضة لا تغري المستثمرين، لذلك تبذل الهيئات المسؤولة عن القطاع السياحي كل الجهود لاستقطاب و تحفيز الاستثمار في القطاع .

أولاً : مجالات الاستثمار السياحي:

نجد أن متوسط نسبة الاستثمار السياحي في أغلب دول العالم تتراوح بين 10 % إلى 15 % ومجالات الاستثمار في القطاع السياحي تخص المكونات الأساسية للصناعة السياحية و القطاعات المكملة لها و تكون في²:

¹ Georges Cazes, Georges Caurade, les masques du tourisme, Revue tiers- mondes, N°178, Paris, Avril-Juin, 2004, p264.

² إبراهيم حرب، إسماعيل العواملة، خالد مقابلة وآخرون، الاستثمار في الأردن فرص وآفاق، ندوات مقدمة مركز دراسات الشرق الأوسط ، ط1، عمان، 2002، ص140 ص141.

1. الاستثمار في البنية التحتية و الفوقية:

حيث يخصص هذا الاستثمار في المنشآت الفندقية والقرى السياحية والمرافئ والبواخر السياحية (الفنادق العائمة)، المطاعم بأنواعها والتي تحتاج إلى رؤوس أموال طائلة، جزء كبير من الاستثمار في الأصول الثابتة من أراضي ومباني، و قطاع النقل و الطرقات بمختلف الأنواع و يخص كذلك التجهيزات والتأثيث بأنواعه المختلفة للمنشآت السياحية ككل، والتي يتم استرداد قيمتها بعد فترة بسيطة نسبيا بعد استغلالها، ويعتمد ذلك على كفاءة تشغيلها من قبل الممولين لها وكفاءتهم التسويقية.

2 . الاستثمار في القطاعات المكملة لقطاع السياحة:

والتي ترتبط بها من قطاع الخدمات والزراعة والصناعة، كالاستثمار في الصناعة الغذائية والأثاث توفير وسائل النقل وما إلى ذلك، وكذا الصناعات و الحرف التقليدية.

ثانيا : مصادر تمويل القطاع السياحي :

نجد أن المصادر التمويلية للاستثمارات السياحية يمكن تقسيمها إلى مصادر خارجية (دولية) وأخرى خاصة (كالبنوك تقليدية أو إسلامية) وأسواق رؤوس الأموال ومصادر عامة تختص بها الحكومة، أو مصادر ذاتية كأموال المستثمرين في القطاع .

1 . مصادر التمويل الخاصة:

يحتاج الاستثمار في القطاعات السياحية باعتبارها مشروعات إلى مصادر تمويل من أجل وضعها حيز العمل وتطويرها. حيث تتضمن الاستفادة من الأموال الخاصة بالمنشأة سواء رأس مال المدفوع أو الاحتياطات أو الأرباح الغير موزعة وهي مصادر تمويل ذاتية¹، ومدخرة من أجل استثمارها داخل المنشأة لتحقيق ربح إذا ما لقي المشروع نجاحا وفي حالة عدم كفاية هذه الأخيرة يمكن اللجوء إلى مصادر مالية أخرى كمصادر عائلية أي الاستدانة من الأقارب والأهل لإقامة المشروع وتطويره ويكون بالاتفاق المسبق على الأرباح وعلى الخسارة كي لا يقعوا في مشاكل في

¹ أسيا محم إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية ،مرجع سبق ذكره ،ص207.

حالة فشل المشروع الذي يفرض التدخل من طرف أصحاب الأموال لاستعادتها والتدخل حتى في إدارة المنشأة السياحية وما لذلك من تأثير سلبي على مستقبلها في حال فشل المشروع.

أما فيما يخص مصادر التمويل الخاصة يكون عن طريق¹:

- طرح الأسهم، وبالتالي حصول الملاك الأساسيين إلى أموال إضافية من مستثمرين خارجيين وزيادة رأس المال.
- الحصول على قروض طويلة الأجل باقتراضها من البنوك ويعتبر من الوسائل الأكثر انتشاراً لتمويل المشاريع السياحية.
- التأجير التمويلي والذي تقوم به شركات تختص في تأجير معدات تطلبها المنشآت السياحية والاتفاق ضمن عقد ينص على عدد السنوات والمعدات الخاصة (إما ثقيلة مثل الطائرات أو خفيفة مثل معدات المطابخ أو الأثاث) والأسعار، لفترة زمنية معينة ويرد الأصل في نهاية الاتفاق إلى الشركات المختصة في تأجيره أو يكون للمنشأة السياحية الحق في شرائه بسعر متفق عليه مسبقاً أقل من السعر الأصلي، وهذا التمويل رائع جداً ليس من أجل الحصول فقط على التجهيزات وإنما على المباني التي تشغلها المنشآت السياحية لفترات طويلة بعقود إيجار.

2. مصادر تمويل حكومية (عامة):

نجد مثل هذا النوع منتشر في البلدان النامية وذلك لأن إمكانيات التنمية السياحية غير مستغلة ومحدودة مما استدعى التمويل من المصادر الحكومية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك بحسب الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة في الدولة بالمقارنة والقطاعات الأخرى، أو يكون هناك حوافز تقدمها الدولة للمستثمرين في القطاع السياحي، إما بمنح قروض بأسعار فائدة مميزة، السماح بإعفاءات ضريبية على مستلزمات الإنشاء، وتقديم إعفاءات جمركية على المعدات المستوردة، إلا أن جل المزايا التي تقدمها الحكومة للمستثمرين قد تكون غير كافية لجذبهم، والنشاط السياحي قد يتعرض إلى فترات انكماشية لأسباب اقتصادية وغير اقتصادية وبالتالي فمخاطر الاستثمار فيه قد

¹ إبراهيم حرب، إسماعيل العواملة، خالد مقابلة وآخرون، الاستثمار في الأردن فرض وآفاق، مرجع سبق ذكره، ص142.

تكون أكبر من الاستثمار في القطاعات الأخرى، فتلجأ الدولة إلى تقديم مساعدات مختلفة نلخصها فيما يلي¹:

أ . الدعم المالي:

مبالغ تمنح للمستثمرين في القطاع السياحي دون المطالبة بردها، وعادة ما يقدم على شكل إعفاءات من سداد قرض معين مما يؤثر على تكلفة المشروع (خفض لتكاليفه).

ب . ضمانات القرض:

تقوم الهيئات المتخصصة في القطاع السياحي للدولة لتقديم ضمان للقرض الذي تمنحه البنوك بأنواعها وذلك من أجل تشجيع تنمية المشاريع السياحية.

ت . القروض الخاصة:

قروض تمنح فقط للمستثمرين في القطاع السياحي بأسعار فائدة مغرية أقل من السائد في السوق.

ث . تقديم دعم لأسعار الفائدة المنخفضة:

تلتزم الدولة بدفع الفرق بين سعر الفائدة المنخفضة على القروض التي حصل عليها المشروع السياحي وسعر الفائدة الجاري في البنوك، مما يسمح باستقطاب المستثمرين للاستثمار في القطاع السياحي.

3 . مصادر تمويل دولية:

يختص هذا النوع من التمويل بالقروض الخاصة الموجهة للمشاريع السياحية ويكون من المنظمات الدولية لتمويل البنية التحتية اللازمة للتنمية السياحية الدولية أو في إطار شراكات أجنبية.

¹ إبراهيم حرب، إسماعيل العواملة، خالد مقابلة وآخرون، استثمار في الأردن فرض وآفاق، مرجع سبق ذكره، ص143.

وتتقدم عادة من البنك الدولي على شكل مساعدات مالية أو في شكل قروض طويلة الأجل بفوائد منخفضة من منظمة التنمية الدولية (IDA) أو مساعدات من خلال المشاركة في المشروعات التي تهدف إلى تنمية هيئة التمويل الدولية (IFC).

مما سبق نجد أن تنشيط و تفعيل الصناعة السياحية يكون من خلال التفاعل و المقاربة بين المنشآت السياحية و القطاعات المكملة للقطاع السياحي لذلك أوجب الاهتمام بالاستثمار فيها من خلال مصادر تمويل عديدة و مختلفة .

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما سبق تقديمه نجد أن الصناعة السياحية صناعة بحاجة إلى تدخل عدة قطاعات، و بالتالي إلى رؤوس أموال ضخمة، فاستوجب الاهتمام من قبل الهيئات المسؤولة لتفعيلها، بالتنسيق بين القطاعات الفاعلة ليس بالأمر السهل وكذا النهوض بالصناعة السياحية وما لها من ميزات حيث تساعد في خفض معدلات البطالة و خلق التنوع الاقتصادي و المساهمة في الناتج المحلي و الخروج من تبعية قطاع المحروقات و من إلى ذلك من مزايا، جعل العمل على التخطيط لولوج قطاع السياحة و ترقية الصناعة السياحية أحد أهم أولويات العديد من البلدان.

و لعل أكبر معوقات الصناعة السياحية مع التسارع الملحوظ الذي يشهده القطاع هي معوقات تمويلية، و هو ما جعل العديد من الدول تركز على وضع توجهات و مخططات تمويلية على المدى البعيد و الاستفادة من ابتكارات و صيغ تمويلية مستحدثة بالقطاع و هو ما سيكون تركيزنا عليه في الفصول المقبلة من دراستنا .

الفصل الثاني:

البيع بالتقسيط، أحكامه وتطبيقاته المعاصرة

الفصل الثاني: البيع بالتقسيط، أحكامه وتطبيقاته المعاصرة

تمهيد:

إن عقد البيع من أهم العقود التي يتعامل بها الأفراد ولا يمكن الاستغناء عنها، ويكون التعامل بها نظير عوض ونقد أي بمقابل، ومع توسع المعاملات المالية والاحتياج إلى امتلاك سلع جديدة لم تكن بحوزتنا، ظهر ما يسمى البيع بالتقسيط أو ما يسمى بالشراء بثمن مؤجل، وانتشر سريعا بين الأفراد.

فالبيع بالتقسيط يشمل سلعة أو خدمة معجلة وثمن مؤجل، والتأجيل في المعاملات المالية يتطلب زيادة في الثمن، وبذلك اختلفت الآراء حول اشتباه هذا النوع من العقود بالربا، وعليه خصصنا هذا الفصل من بحثنا لتفصيل بكل ما يتعلق بأحكام البيع بالتقسيط وما يحمله من تطبيقات بين الأفراد والبنوك من خلال تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث كالآتي:

المبحث الأول: ماهية البيع بالتقسيط، و أحكامه.

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن البيع بالتقسيط و أهم المميزات و العيوب.

المبحث الثالث: التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط.

المبحث الأول: ماهية البيع بالتقسيط، وأحكامه

لتوضيح مفهوم مصطلحات البحث يجب الوقوف على مفرداته وتوضيحها بشكل من التفصيل لفهمه وتبيان المشروعية والأحكام التي يتضمنها، فالبيع بالتقسيط يتضمن مصطلحين مهمين جداً، فوجب التعرف على البيع وكل ما يخصه ثم كنوع من أنواع البيوع نتعرف على البيع بالتقسيط موضوع بحثنا.

المطلب الأول : ماهية البيع

قبل التطرق لمفهوم البيع بالتقسيط نتحدث أولاً عن البيع و أحكامه بشيء من التفصيل.

أولاً: تعريف البيع:

البيع لغة مقابلة شيء بشيء، باع الشيء أخرجه عن ملكه بعوض أو العكس¹.

أما اصطلاحاً فهو مقابلة مال بمال على وجه الخصوص،² وحقيقته رغبة المالك عما في يده إلى ما في يد غيره، والبيع بمعنى الشراء والعكس.³

مقابلة شيء بشيء؛ فمقابلة السلعة بالسلعة تسمى بيعاً كمقابلتها بالنقد، ويقال لأحد المتقابلين مبيع، وللآخر ثمن، وعرفه بعض الفقهاء: إن معناه في اللغة تملك المال بالمال، وهو بمعنى التعريف الأول، و عرف كذلك على إنه إخراج ذات عن الملك بعوض، وهو بمعنى التعريف الثاني؛ لأن إخراج الذات عن الملك هو معنى تملك الغير للمال، فتملك المنفعة بالإجارة ونحوها لا يسمى بيعاً⁴. أما الشراء فإنه إدخال ذات في الملك بعوض، أو تملك المال بالمال، على أن اللغة تطلق كلاً من البيع والشراء على معنى الآخر، فيقال لفعل البائع: بيع وشراء، كما يقال ذلك لفعل المشتري، ومنه

¹ الخطاب، مواهب الجليل في شرح مختصر الشيخ خليل، دار رضوان للنشر، ط1، المجلد 3، نواكش، موريتانيا 2010، ص 10.

² عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، تخصص الفقه الإسلامي، كلية الشريعة، جامعة دمشق، 1423هـ، ص 16.

³ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، دار إشبيلية، الرياض، ط1، 2003، ص 21.

⁴ عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، جزء أحكام البيع و ما يتعلق به، ج 2، ط 2، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2003، ص 134.

قوله تعالى: {وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ} (يوسف الآية : 20)، فإن معنى شَرَوْهُ في الآية: باعوه، وكذلك الاشتراء والابتياح فإنهما يطلقان على فعل البائع والمشتري لغة.

غير أن العرف قد خص المبيع بفعل البائع، وهو إخراج الذات من الملك، وخص الشراء و الاشتراء والابتياح بفعل المشتري، وهو إدخال الذات في الملك¹.

من خلال ما سبق نجد أن البيع هو مبادلة تتم بين طرفان أحدهما يسمى بائع و الآخر مشتري .

و نجد كذلك أن حكم البيع في العموم الإباحة، وقد تعرض له الوجوب وذلك في حال الاضطرار إلى طعام أو شراب، فإنه يجب شراء ما فيه حفظ النفس من الهلاك، ويحرم عدم بيع ما فيه حفظها. وقد يكون مندوباً كما إذا حلف عليه إنسان أن يبيع سلعة لا ضرر عليه في بيعها، فإنه يندب أن يبر اليمين وقد يكون مكروهاً كبيع ما يكره بيعه، وقد يكون محرماً كبيع ما يحرم بيعه مما سيأتي بيانه².

أجاز القرآن والسنة البيع فهو مشروع بأدلة قاطعة³ :

ففي القرآن قوله تعالى: { وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } (البقرة: الآية 275). وقوله عز وجل: { وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ } (البقرة: الآية 282)، وقوله جلا وعلا: { إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ } (النساء: الآية 29)، وقوله تعالى: { لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ } (البقرة: الآية 198) .

أما الأدلة من السنة ففي الحديث:

" قيل : يا رسول الله، أيُّ الكسبِ أطيبُ ؟ قال : كسبُ الرَّجُلِ بيده، وكلُّ بيعٍ مبرورٍ "⁴.

وقوله صلى الله عليه وسلم : " إنما البيعُ عن تراضٍ " .

¹ عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، نفس المرجع، ص 134.

² عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، نفس المرجع ، ص140

³ ابن قدامة، تحقق منه عبد الله التركي، عبد الفتاح الحلو، المغني، دار الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط3،

الرياض، 1998، ص5.

⁴ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص18.

وقوله صلى الله عليه وسلم : " الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لهما فِي بَيْعِهِمَا " ¹.

وقوله عليه الصلاة والسلام "الدَّهَبُ بِالذَّهَبِ، وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ، وَالنَّمْرُ بِالنَّمْرِ، وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، سَوَاءً بِسَوَاءٍ، يَدًا بِيَدٍ، فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ، فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ، إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ " رواه مسلم، فنجد في قوله فبيعوا كيف شئتم صراحة في إباحة البيع ².

وأجمع الفقهاء دون استثناء على جواز البيع ومشروعيته لما للإنسان من حاجة له.

فالبيع عموماً مباح وأجمع أغلب علماء الأمة الإسلامية على جوازه وقد فصلوا في شروطه.

ثانياً: أنواع البيع :

يمكن أن نقسم عقد البيع إلى أربعة أنواع ³ :

1. بيع المقايضة: وهو بيع السلعة بسلعة أي مبادلة سلعة ما بسلعة أخرى (بيع العين بالعين).
 2. بيع مطلق: وهو بيع العين بالدين أي بيع سلعة بثمن مطلق (نقداً).
 3. الصرف: بيع النقد بالنقد أي ثمن مطلق مقابل ثمن مطلق.
 4. السلم: بيع الدين بالعين.
- كما يمكن تقسيمها بحسب الاعتبار المنظور إليه، اعتباراً إلى نوع العوض و الثمن، والتعجيل والتأجيل وموضوع بحثنا (بيع التقسيط) ⁴.

1. أقسام البيع باعتبار نوع العوض:

نجد ثلاثة أصناف؛ الأولى التي سبق وشرحناها (صرف، مقايضة ومطلق) لأن البيع يتم على أساس مبادلة نقد بنقد، أو سلعة بسلعة، أو سلعة بنقد.

¹ البخاري ، كتاب البيوع في صحيح البخاري، باب البيعان في الخيار ما لم يتفرقا، دار الحديث، ط1، القاهرة، 2000، ص301.

² عبد الرحمن بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، مرجع سبق ذكره ، ص 140

³ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص16.

⁴ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص24، ص25.

2. أقسام البيع باعتبار الثمن المحدد:

وفيه يكون البيع بمثل الثمن الأول أو أقل منه أو أكثر، أو لا يتم تسميته، الثمن الأول، ويترك للمساومة ونجد تحت هذا القسم أنواع البيوع التالية:

- المراجعة : مبادلة المبيع بنفس الثمن الأول الذي اشترى به البائع وزيادة ربح معلوم.
- الوضعية: مبادلة المبيع بأقل من ثمنه الأول الذي اشتراه به نقص معلوم.
- التولية: وهو مبادلة المبيع بنفس الثمن الذي اشتراه به دون زيادة أو نقصان.
- المساومة: هو بيع بدون ذكر الثمن الأول، وإنما بالثمن الذي تم الاتفاق عليه.

3. أقسام البيع باعتبار التأجيل والتعجيل:

ونجد أن هناك ثلاث أقسام (معجل البدلين، مؤجل البدلين، ومؤجل أحد البدلين).

أ. معجل البدلين: يندرج تحت البيع المطلق لأن الثمن والمثمن فيه حالا دون اشتراط تأجيل أحدهما.

ب. مؤجل البدلين: ويسمى بيع الكالئ بالكالئ، أو النسيئة بالنسيئة أي كلا العوضين مؤجلين.

ت. مؤجل أحد البدلين: فالمؤجل يكون إما الثمن (النقد) أو المثلث (السلعة) ويكون في صورتين:

- مؤجل المثلث: كما سبق وعرفناه ببيع السلم.
- مؤجل الثمن: وهو المعروف بالبيع المؤجل أو ببيع النسيئة وأشهر أوجهه: بيع التقسيط.

وعليه البيع بالتقسيط هو من العقود الموضحة في الفقه الإسلامي، ففي الغالب تتم كعقد بيع مربحة (مربحة بسيطة) أي البيع مع ربح معين، والسلعة في الغالب تسلم، وقد يتم وفق بيع المساومة بما يتم الاتفاق عليه، نادرا ما يكون بيع تولية أو وضعية.¹

ثالثا: أركان عقد البيع وشروطه :

أركان البيع ستة و هي صيغة، وعاقد، ومعقود عليه، وكل منها قسمان فالعاقد إما أن يكون بائعاً أو مشترياً. والمعقود عليه إما أن يكون ثمناً أو مثمناً، والصيغة إما أن تكون إيجاباً أو قبولاً، فالأركان ستة والمراد بالركن هنا ما يتوقف عليه وجود الشيء وإن كان غير داخل في حقيقته وهذا مجرد اصطلاح، لأن

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص17.

ركن الشيء الحقيقي هو أصله الداخل فيه، وأصل البيع هو الصيغة التي لولاها ما اتصف العاقدان بالبائع والمشتري¹.

غير أن أغلب الفقهاء يقسمون عقد البيع ثلاثة أركان²:

العاقد والمعقود عليه، والصيغة

ويقسمها جمهور العلماء من المالكية والشافعية والحنابلة إلى: الصيغة، العاقدان والمحل، (المبيع والثمن)³.

فالصيغة هي الاتفاق الحاصل بين البائع والمشتري من إيجاب قبول، أما المحل وهو المبيع والمثمن أي الشيء المعقود عليه، والعاقدان هما أطراف العقد (البائع والمشتري).

المطلب الثاني: البيع بالتقسيط و أحكامه

من أنواع البيوع المذكورة في المطلب السابق ذكرنا البيع بالتقسيط و هو موضوع بحثنا و الذي سوف يتم التحدث عنه بالتفصيل ضمن هذا المطلب.

أولاً : التعريف اللغوي للتقسيط:

1. يطلق بعدة معان وهي: قال القسط النصيب، قسط الخراج تقسيطا إذ جعله أجزاء معلومة وكذلك العدل⁴.

2. نجد تعريف التقسيط في معجم المعاني الجامع عربي عربي:

أَقْط، يَقْط، إِقْطَا فهو مقسط، والمقصود بأقسط عدل في القسمة والحكم وفي الحقوق، وفي توزيع الغنائم.

¹ عبد الرحمن بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، مرجع سبق ذكره ، ص 141.

² عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص19.

³ الخطاب، مواهب الجليل في شرح مختصر الشيخ خليل، مرجع سبق ذكره ص12.

⁴ أحمد بن محمد الفيومي، المصباح المنير، دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع، ج1، بيروت، لبنان ، 2009،

3. القِسط بالكسر في قوله تعالى: { قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ } (الأعراف: الآية 29)، بمعنى العدل. وكذلك في قوله تعالى: { إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ } (المائدة: الآية 42)، ويرجع العدل في معنى القسط إلى الحصة والنصيب، المقدار فمثلا وفاه قسطه أي نصيبه أو حصته وجمع القسط هو أقساط.

أما التقسيط فيقصد به ثلاث معاني:¹

أ. تفريق الشيء: أي جعله أجزاء معلومة، يقال: (قسط المال بينهم) أي فرقه.

ب. اقتسام بالتسوية: فيقال (تقسطوا الشيء بينهم) اقتسموه بالتسوية.

ت. التقتير: يقال (قسط على عياله النفقة) إذ أقترها عليهم.

وهنا تجد الإشارة إلى أنه نجد أن بعض المصطلحات المرادفة لمعنى التقسيط وهي التجسيم والذي يأخذ معنى المؤجل بأجلين فأكثر.²

ثانيا : المعنى الاصطلاحي للتقسيط:

يعرف التقسيط على أنه: تأجيل أداء الدين مفرقا إلى أوقات متعددة ومعلومة³، يكون المؤجل من الثمن مدفوع على أجزاء لاحقة على تسليم المبيع⁴، بيع السلعة والثمن يكون مسدد على فترات متفرقة، وأخذ الزمن قسطا من الثمن، فلزمن حصة عادلة من الثمن.⁵

فالبيع بالتقسيط معاملة قديمة، غير أننا لا نجد في كتب الفقهاء القدامى دراسات مستقلة لها، حتى تفصيلهم أخذ دراسات حول البيع المؤجل الثمن، أو تقسيط الثمن، فالإمام الشافعي رحمه الله تكلم عن تقسيط المبيع في بيع السلم وأجازه فقط في حال علم حصة القسط، أما الدراسات المفصلة لبيع التقسيط في الكتب الحديثة، والتي تم تخصيص دراسات مستقلة وأبواب بسبب انتشاره في معاملتنا بكثرة سواء بين

¹ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص33.

² سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره ، ص35.

³ نفس المرجع ، ص34.

⁴ خلف إبراهيم سليمان الكيكي، شروط البيع بالتقسيط، دراسة مقارنة بين القانون الوضعي والفقہ الإسلامي، مجلة

جامعة دهوك ، المجلد 21، العدد1، العراق، 2018، ص195.

⁵ رفيق يونس المصري، بيع التقسيط تحليل فقهي واقتصادي، الدار الشاملة للطباعة والنشر، دار القلم للطباعة والنشر

والتوزيع، ط2، 1997، ص47.

الأفراد أو المؤسسات وحتى البنوك، فالبيع بالتقسيط شكل من أشكال بيع النسيئة مما فيه من تعجيل المبيع وتأجيل الثمن كله أو بعضه.¹

وعليه فإن بيع التقسيط هو عبارة جديدة لمعاملة قديمة، وقد نظر إليه بعض العلماء على أنه من البيوع المستجدة، وعند عرض الفقهاء بحثهم للبيع بثمن مؤجل لم يخصصوه ولم يصطلحوا على تسميته بهذا الاسم، مع أنهم استعملوا لفظ القسط وعبارة تقسيط الثمن في بعض مسائل البيوع، لكن توجد في عباراتهم ما يفيد معناه في بيوع الآجال لاسيما و بيع التقسيط يعد جزء من البيوع الآجلة، التي تباع السلعة فيها بثمن مؤجل أعلى من السعر الجاري، واختلف عنه في أن التقسيط قد يكون الثمن مؤجلاً على دفعات متقاربة، أو متباعدة، بينما البيع الآجل يكون الثمن مؤجلاً مدة بسيطة أو كبيرة، لكن يدفع جملة واحدة فيمكن القول بأن يوجد بين التقسيط والتأجيل علاقة ارتباط عام وخصوص مطلق، ففي كل تقسيط تأجيل فالتأجيل هو العموم المطلق، وقد يكون في التأجيل تقسيط وقد لا يكون، فالتقسيط أخص والتأجيل أعم.²

أما البيع بالتقسيط كمعاملة وآلية مصرفية فنجد أنه في العديد من المراجع هو البيع الآجل وهو العملية المصرفية التي بموجبها يتم استلام السلعة مقدماً، والثمن مؤجلاً وهنا يقوم المصرف ببيع السلعة التي يمتلكها بالتصنيع أو الشراء، فيبيعها بالتقسيط (أي الثمن مقسم إلى أقساط).

ويتم تحقيق الربح عبر فرق السعر بين عمليتي البيع والشراء ويكون بحسب أركان وتدقيق فقهي وتطبيقي.

نجد أن مصطلح التقسيط ارتبط بعملية البيع، و هناك بحسب العديد من المراجع دراسات بهذا الخصوص سواء تحت تسمية بيع التقسيط أو البيع بالتقسيط أو البيع الآجل، والذي اشترط فيه أن تكون السلعة حاضرة والثمن مؤجل يدفع على أقساط وفترات محددة واشتراط تساوي الدفعات وانتقال ملكية المبيع فور تسديد الثمن كاملاً بحسب الاتفاق، وهنا وجب تحديد الفرق بين التأجيل والتقسيط في البيع³ فبيع التأجيل أو لأجل هو تأخير دفع الثمن إلى زمن المستقبل إما قريب أو بعيد سواء دفعة واحدة أو على دفعات، أما التقسيط فهو تأجيل الثمن واشتراط دفعه على دفعات متفق عليها وعليه كل تقسيط هو تأجيل وليس كل تأجيل هو تقسيط.

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص31.

² علي حيدر خواجه أمين أفندي، درر الحكام، مجلة الأحكام العدلية، دار الجيل، ج2، بيروت، 1991، ص111.

³ عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص37.

والمراد هنا هو تقسيم الدين إلى حصص ومقادير معلومة، لتدفع في آجال ومواعيد معلومة ومتفق عليها.¹

فالبيع بالتقسيط هو تسليم المبيع في الحال وتأجيل الوفاء بثمنه كله أو بعضه إلى أجل معلوم.²

وينقسم البيع الآجل إلى نوعين:³

1. بيع النسيئة: وهو استلام السلعة وتأجيل الدفع مرة واحدة في نهاية الأجل.
 2. بيع التقسيط: وهو استلام السلعة وتأجيل الدفع على أقساط محددة كل مدة.
- جاء الرد القرآني بعدم التسوية بين البيع والربا من خلال الآية الكريمة: { ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } (البقرة: الآية 275)، والفرق هنا يظهر في أن البيع مبادلة شيئين مختلفين، والاختلاف في البديلين يسمح بأن تكون المبادلة نافعة لكلا الطرفين، فكل طرف يبذل قصارى ما يستغني عنه وبأخذ ما يحتاجه، وبالتالي فإن الزيادة في البيع تكون سواء في الربح المعجل أم الربح المؤجل (البيع بالتقسيط)، لكن تجدر الإشارة لأنه لا يحق للبائع عند الاستحقاق الزيادة إذا لم يتمكن مدينه من السداد.⁴

نستخلص مما سبق أن بيع التقسيط هو عقد يضم عدة خصائص، وتحليل التعريف بعقود نجد أن مفرداته ترتبط بالمعاني التالية:⁵

- عقد: يندرج تحته الوعد بالشراء.
- مبيع حال: فالسلعة أو المثلث فيه يكون حالاً غير مؤجل حتى لا يكون بيع الكالئ بالكالئ.
- ثمن مؤجل: فلا يمكن أن يكون بيع التقسيط ما لم يتم التأجيل.
- يسدد متفرقا: على دفعات فإن كان دفعة واحدة لا يسمى بيع التقسيط بل مؤجلاً (البيع الآجل).

¹ حسن السيد حامد خطاب، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة، دراسة فقهية مقارنة، مجلة مركز الخدمة والاستشارات البحثية، كلية الآداب جامعة طيبة العلا، المدينة المنورة، يوليو 2006، ص 6 .

² وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، ج 5، ط3، دار الفكر، دمشق، 2012، ص 3383.

³ فواز صالوم حموي، إدارة المؤسسات والأسواق المالية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011، ص 61.

⁴ مجدي علي محمد غيث، نظرية الحسم الزمني في الاقتصاد الإسلامي، أطروحة دكتوراه، تخصص الاقتصاد والمصارف الإسلامية، جامعة اليرموك، أريد، الأردن، 2006، ص 54، 55.

⁵ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص 34، 35.

مما سبق في التعاريف الضابطة للبيع بالتقسيط، والتي يتم تسليم السلعة في الحال مقابل تأجيل سداد الثمن لوقت معلوم سواء تأجيل الثمن كاملاً أو جزء منه، بحيث يتم سداد الجزء المؤجل على دفعات (أقساط)، فإذا تم السداد دفعة واحدة في نهاية المدة المتفق عليها يتم انتقال الملكية في البداية فهو البيع الآجل، أما إذا تم السداد على دفعات بحيث يسلم المباع مع انتقال ملكيته في نهاية فترة السداد فهذا بيع بالتقسيط، فهناك فرق بسيط بين البيع الآجل والبيع بالتقسيط والمتمثل في طريقة التسديد.

فكل من البيع الآجل والبيع بالتقسيط قد يكون بالسعر الذي تباع به السلعة نقداً وهذا لا خلاف على جوازه بل هو عمل يؤجر فاعله، أما إذا كان البيع الآجل بسعر أكبر من الثمن الحالي فهذا اختلاف بين الفقهاء (يكون على أساس اتفاق البائع والمشتري على أن ثمن السلعة الآن مثلاً مائة إن تم الدفع مائة وعشرة بعد سنة)، وقد منع هذا البيع من بعض الفقهاء باعتباره ربا¹، وعليه سنفصل في مشروعية البيع بالتقسيط.

و يتضمن عقد البيع بالتقسيط نفس أركان عقد البيع و يتم وفق صيغة شرعية متفق عليها ووضعت له نفس الأركان و الضوابط في المعاملات المصرفية أي بين المصرف وعملائه والمتضمن الأركان الفقهية الأساسية التالية:²

1. المتعاقدان: والمتمثلان في كل من المصرف (بائع الخدمة)، والعميل (المشتري).
2. الصيغة: وتتمثل في الإيجاب والقبول بين المتعاقدين ويتم كتابتها في شكل عقد.
3. المحل: وهو ثمن الأصل (سعر تكلفة الشراء)، والمثمن يتمثل في سعر البيع (يشتمل على الربح المضاف (إلى سعر التكلفة وما يسمى تكلفة الوحدة للعملية المصرفية الداخلية).

- و يمكن وضع تعريف للبيع بالتقسيط في القانون الوضعي :

عرف على أنه العقد الذي يكون في موضوعه الاستيلاء على شيء مقابل سداد الثمن على أقساط

¹ عبد اللطيف حمزة القراري، المصارف الإسلامية (النظرية والتطبيق)، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2011، ص 84.

² عبد اللطيف حمزة القراري، نفس المرجع، ص 54.

و لمدة زمنية معينة، ليصبح في النهاية المشتري مالكا¹.

حيث يشترك المعنى القانوني مع المعنى الوضعي و هو التأجيل و الدفع على أقساط أما الشروط

و القيود التي لا يذكرها الجانب الشرعي و يشترطها القانون الوضعي مثل² :

- تساوي الدفعات في مقدارها حيث يلزم البائع المشتري بتساوي كل دفعة .
- اشتراط الانتهاء من سداد كامل الثمن في مدة معقولة .
- اشتراط دفع أول دفعة عند قبض السلعة .
- التقيد بنقل ملكية السلعة عند انتهاء المدة المتفق عليها لكل الأقساط .

الشائع في بيع التقسيط تأجيل الثمن، فارتباط الثمن بالزمن ترفقه زيادة عن البيع الحال، فإن لم تتم الإشارة إلى ثمن البيع الحال وتم الاتفاق على بيع التقسيط بالضوابط الشرعية للبيع من البداية، فهذا صحيح عند المذاهب الأربعة.³

والأدلة الشرعية من القرآن والسنة والأحاديث الشريفة⁴ هي أدلة البيع وما تم تفسيره فنجد في قوله تعالى: { وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } (البقرة: الآية 275).

وهنا ورد مصطلح البيع والذي يخص بيع حال أو مؤجل على حد سواء، بلفظ عام لدخول (ال) التعريف على المفرد فإن تحقق أركانه وشروطه فهو حلال، وكذلك قوله تعالى: { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ } (البقرة: الآية 282)، وتفيد الآية الكريمة أن كل المداينات ليست الربوية سواء البذل كان عين أو دين ثابت يكتب فهو جائز، وتكملة نفس الآية

¹ أحمد مقربين ، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية (دراسة تحليلية و نقدية في أندونيسيا و بروناي دار السلام)، رسالة ماجستير ، كلية الشريعة و القانون ، جامعة السلطان الشريف علي الإسلامية ، سلطنة بروناي دار السلام ، 2015، ص 15 .

² أحمد مقربين ، نفس المرجع، ص 15.

³ علي أحمد السالوس، البيع بالتقسيط، نظرات في التطبيق العملي، حولية كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة قطر، العدد الثامن، 1990، ص336.

⁴ أحمد بن علي العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، دار التقوى للتراث القاهرة، ج4، د.س.ن، د ط، ص376.

الكريمة: { إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ } (البقرة: الآية 282)، فالتراضي في أي نوع من التجارة بيع أجل أو عاجل على حد سواء إلا ما وقع في الربا والنساء.

أما الأدلة من السنة الشريفة فنجد:

في حديث عائشة رضي الله عنها: "أَنَّهَا أَرَادَتْ أَنْ تَشْتَرِيَ بَرِيرَةَ لِلْعَتَقِ، وَأَرَادَ مَوَالِيهَا أَنْ يَشْتَرِطُوا وِلَاءَهَا، فَذَكَرَتْ عَائِشَةُ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالَ لَهَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: اشْتَرِيهَا؛ فَإِنَّمَا الْوَلَاءُ لِمَنْ أَعْتَقَ. قَالَتْ: وَأَتَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَلْحَمٍ، فَقُلْتُ: هَذَا مَا تُصَدِّقُ بِهِ عَلَى بَرِيرَةَ، فَقَالَ: هُوَ لَهَا صَدَقَةٌ، وَلَنَا هَدِيَّةٌ."

روى الشيخان وغيرهما أن الرسول صلى الله عليه وسلم "اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ بِنَسِيئَةٍ، وَرَهْنُهُ دِرْعًا لَهُ مِنْ حَدِيدٍ"¹، فهو نظير بيع السلم أو السلف، حيث "قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ بِالْتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ، فَقَالَ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوزنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ، حَدَّثَنَا عَلِيٌّ، حَدَّثَنَا سُفْيَانُ، قَالَ: حَدَّثَنِي ابْنُ أَبِي نَجِيحٍ، وَقَالَ: فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ."

وروى الترمذي عن عائشة رضي الله عنها قالت: "كان على النبي - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - ثوبان قطريّان غليظان، فكان إذا قَعَدَ فَعَرِقَ ثَقُلَا عَلَيْهِ، فَقَدِمَ بَرٌّ مِنَ الشَّامِ لِفُلَانٍ الْيَهُودِيَّ، فَقُلْتُ: لَوْ بَعُثْتُ إِلَيْهِ، فَاشْتَرَيْتَ مِنْهُ ثَوْبَيْنِ إِلَى الْمَيْسَرَةِ، فَأَرْسَلَ إِلَيْهِ، فَقَالَ: قَدْ عَلِمْتُ مَا يَرِيدُ؛ إِنَّمَا يَرِيدُ أَنْ يَذْهَبَ بِمَالِي، فَكَذَّبَ! قَدْ عَلِمَ أَنِّي أَتَقَاهُمْ وَأَدَاهُمْ لِلْأَمَانَةِ" وشرحه: "البيع إلى الأجل المعلوم" وهو حديث صريح في حل البيع المؤجل في قول عائشة رضي الله عنهما (إلى الميسرة) والمقصود تأخير دفع ثمن الثوب إلى وقت محدد.

وحتى إن قصد بالميسرة إلى وقت معلوم، ويتوقع تغير الحال من العسر إلى اليسر، وكأنه كان وقت معين يتوقع فيه ذلك فلا إشكال في جهالة الأجل.

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

وحسب مصنفة ابن أبي شيبة والتي أورد فيها آثار تدل على جواز الشراء لحين العطاء أي موعد التسديد¹.

عن حفص عن غياث وعباد بن العوام عن حجاج عن حبيب: 'أن أمهات المؤمنين يشتريين إلى حين العطاء، وأن ابن عمر كان يشري لحين العطاء'.

فمن خلال ما سبق فإن الشراء مع تأجيل أداء الثمن وتأخيره إلى الحصاد أو إلى العطاء جائز بشرط أن يكون المعاد معلوم ومحددة المدة وواضح الأجل.

أما مشروعية البيع بالتقسيط بالإجماع:²

فحسب شرح صحيح البخاري في 'باب شراء النبي صلى الله عليه وسلم نسيئة'

اختلف رأي الفقهاء في الزيادة في الثمن مقابل التأجيل بين مرجح و بين مانع وبحسب الإمام ابن باز:³

فإن بيع التقسيط ليس فيه خلاف، إذا باع سلعة بأقساط إلى آجال معلومة ليس في هذا خلاف، وقد باع أصحاب بريرة بأقساط في عهد النبي صلى الله عليه وسلم، وأقر ذلك، لكل سنة أربعون درهم، فلا حرج في ذلك إذا كانت الأقساط معلومة، وذهب بعض أهل العلم إلى أنه إذا تم تحديدها كأن يقال: تساوي كذا ألف نقداً، وبألف مائة إلى أجل فهذا يشبه الربا، ولكن الصحيح أن هذا ليس بربا لأن المؤجل معلوم والمعجل معلوم.

إنه يجوز للإنسان أن يبيع سلعة ما أو يشتريها إلى أجل معلوم، ولو زاد ثمن بيعها أو شرائها إلى أجل على ثمن بيعها أو شرائها حالا لا حرج في ذلك، لأنه قد علم أن للزمن حصة في الثمن، وهذا مما تقتضيه قواعد الشرع وتتحقق به مصالح الأنام . لكن يشترط لصحة ذلك أن يستوفى البيع الشروط المعتبرة، مثل أن يجزم الطرفان ويتفقا على طريقة الدفع - قبل إبرام العقد - هل هي بالتقسيط أو بالدفع حالا، لأن عدم الجزم بأحدهما مع تخيير المشتري بين الطريقتين هو من باب بيعتين في بيعة واحدة، وقد

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره ، ص ص 45،44.

² أحمد بن علي العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، دار التقوى للتراث، القاهرة، د.س.ن، دط، ج9، ص149.

³ اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء، الموقع: <https://binbaz.org.sa> ، تاريخ الاطلاع : 16-07-2021.

نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن ذلك، ففي سنن أبي داود والترمذي عن أبي هريرة رضي الله عنه أن الرسول الله صلى الله عليه وسلم: " نهى عن بيعتين في بيعة " وأن تكون العين المبيعة مباحة، وأن تكون من مالها أو وكيله .

ثالثا : شروط البيع بالتقسيط وأحكامه:

خصصنا هذا العنصر في البحث للتطرق إلى شروط البيع بالتقسيط والذي سيوصلنا إلى بعض صور البيع بالتقسيط المشابهة لصيغ أخرى، وبالتالي ركزنا على شروط البيع بالتقسيط، ومن ثم ذكر بعض أحكام الحالات المذكورة بشكل من التفصيل وذلك لحصر الحالات والتفريق بينها حتى يتم التوضيح بدقة لعقد البيع بالتقسيط.

فشروط البيع بالتقسيط هي الشروط العامة للبيع والتي سبق وتطرقنا إليها وهناك شروط خاصة بالبيع بالتقسيط والتي سندقق فيها بشيء من التفصيل.

1- الشروط المتعلقة بأحد العاقدين:

هناك شروط مرتبطة بالعاقدين و هي ¹ :

أ. أن لا يكون بيع التقسيط ذريعة في الربا:

ونقصد هنا بالذريعة هي الوسيلة والطريقة أي التوصل بالبيع بالتقسيط إلى تحقيق الربا، ولأن الأجل مصاحب لعقد البيع بالتقسيط جاء هذا الشرط كي لا يكون هناك تذرع للربا أي أن مقاصد الناس في عقد البيع لا تعدو أن تكون إلا قصد الانتفاع بالسلعة واستهلاكها أو الشراء للاتجار في السلعة، أو التذرع بالشراء لأخذ نقود بحاجة إليها ففي حالة يقوم بشراء الثمن مؤجل ثم يبيعها حالا ليحصل على النقد، فإذا باعها المشتري للبائع الأول فهي بيع عينة، أما إذا باعها إلى مشتري ثالث فهي بيع تورق.

وقد تحدث ابن تيمية عن الحيل الربوية وقال في ذلك:²

¹ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص51.

² علي أحمد السالوس، البيع بالتقسيط، نظرات في التطبيق العملي، مرجع سبق ذكره، ص340.

في مسألة بيع العينة أنه في حال بيع سلعة إلى أجل، ثم يبتاعها منه بأقل من ذلك فتبطل البيعتين لأنها حيلة عن ابن عمر قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إذا تبايعتُم بالعينة واتبعتم أذناب البقر وتركتم الجهاد في سبيل الله أرسل الله عليكم ذلاً لا يرفعهُ عنكم حتى تراجعوا دينكم"، وإن لم يكن هناك تواطؤ فإنه يبطل البيع الثاني.

أما إذا كان مقصود المشتري الحصول على نقد فابتاع السلعة إلى أجل يبيعها ويأخذ ثمنها فهذا يسمى بيع التورق فهذا يكره ذلك بحسب قول عمر بن عبد العزيز ومالك، بخلاف لو كان المشتري غرضه التجارة والانتفاع والاقتناء فهذا يجوز الشراء إلى أجل الاتفاق.

ب. أن يكون البائع مالك للسلعة:

هذا الشرط وإن كان شرط عام في البيع إلا أن يشترط بصفة خاصة في بيع التقسيط، وقد جرت العادة بين التجار في بيع السلع قبل تملكها ثم يشترونها من السوق ويسلمونها للبائع فقد نص الرسول صلى الله عليه وسلم عن هذا البيع في حديث حكيم بن حزام رضي الله عليه: "لا تبغ ما ليس عندك".¹

وعن حديث عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لا يحل سلفاً وبيعاً، ولا شرطان في بيع، ولا ربح ما لم يضمن".²

وهنا نفصل بعض الحالات لتبيان المراد ببيع الإنسان ما ليس عنده وطلب شراء السلعة المراد ببيعها بالتقسيط لطالباها:

- بيع الإنسان ما ليس عنده:

إما أن يبيع ما لا يملك بطلب من المالك ولصالحه، ويكون هنا البائع وكيلًا أو وليًا وهنا الوكالة كافية أي لصحة العقد وإن لم يكن البائع مالكا، وإما أن يبيع بدون إذن أي بلا وكالة وهو ما يسمى (بيع الفضولي)، وهذه الحالة فيها تفاصيل عديدة لا تخص موضوع بحثنا.³

وقد يبيع الإنسان ما لا يملك أصالة عن نفسه، وذلك بأن يبيع للمشتري سلعة لا يملكها ثم يشتريها من السوق، ونجد هذه الحالة للمتعاملين بالبيع بالتقسيط و للفقهاء تفصيل في المقصود بنهي بيع ما لم يملك.

¹ ابن ماجه، سنن ابن ماجه، دار الجيل ط1، بيروت، 1998، ص12.

² سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص75.

³ للإطلاع أكثر أنظر: حكم بيع الفضولي.

ف نجد أن البعض فسر نهى النبي صلى الله عليه وسلم عن بيع ما ليس عند البائع على جهتين:¹

- الأولى : المراد بالنهي عن بيع عين معينة، بل هي مملوكة لغيره، ويحاول شراءها واقتنائها ثم يسلمها، فهنا نجد معنى الحديث لا تبع ما ليس عندك، فإن تأمل لفظ الحديث تبين أن حكيم بن حزام ما كان يبيع شيئاً معيناً هو ملك غيره، ثم يذهب ويحصله، وإنما كان يأتيه الطالب فيقول أريد طعام كذا وكذا، أو ثوب كذا وكذا فيبيعه ثم يحصله من غيره إذا لم يكن عنده، أي أنه يطلب منه بيع ما ليس عنده، وليس ما هو مملوك لغيره.

- الثانية : يرجع تفسير نهى النبي صلى الله عليه وسلم عن بيع ما ليس مملوك عند البائع تشابهه مع بيع الغرر، فالبايع ليس على ثقة بتسليم المبيع قد يحصل عليه وقد لا يحصل وبالتالي التحذير هنا لأسباب عديدة تتمثل في :

✓ أغلب المشتريين لو علموا أن البضاعة غير مملوكة لذهبوا لمن باعها للبائع الذي قصدوه أي يذهب ويأخذ من حيث أخذ حاجة المشتري قد تكون عاجلة، وسيؤخرها عليه البائع جراء ذهابه للحصول عليها.

✓ احتمال نفاذ السلعة من السوق، في حين أوهمه البائع بحيازته لها وعليه فقد أجمع الفقهاء على عدم جواز ما يقوم به الباعة بالتقسيط من بيع سلعة وهم لا يملكونها.

✓ طلب شراء السلعة ممن ليس عنده لأجل بيعها لطالب التقسيط، تتعدد صور هذا النوع من الشراء وهو ذهاب المشتري إلى البائع وطلب منه توفير سلعة معينة ليقوم بشرائها، مثال ذلك: كأن يذهب إلى تاجر ويطلب منه بعض الأجهزة الطبية لا تتوفر عند التاجر بل يقوم بتوفيرها بناء على طلبه، واشتهرت هذه الطريقة باسم بيع المربحة للأمر بالشراء وسوف نتطرق إليها بشيء من التفصيل لاحقاً.

ت. أن تكون السلعة مقبوضة للبائع:

وهذا الشرط نجده في بعض المراجع وهو يتداخل مع الشرط السابق غير أنه يؤكد، والمراد بهذا الشرط أن تكون السلعة المراد بيعها بالتقسيط قد تم قبضها القبض الشرعي من البائع ويأتي دليل اشتراط هذا الشرط عن ما رواه طاروس عن ابن عباس رضي الله عنهما: "أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، نَهَى

¹ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره ، ص 79.

أَنْ يَبِيعَ الرَّجُلُ طَعَامًا حَتَّى يَسْتَوْفِيَهُ قُلْتُ لِابْنِ عَبَّاسٍ: كَيْفَ ذَلِكَ؟ قَالَ: ذَلِكَ دَرَاهِمُ بِدَرَاهِمٍ وَطَعَامُ مُرَجًّا¹.

والمقصود دراهم بدرهم أي أحد باع طعاما بألف دينار ومن ثم باعه بألف وعشرون ديناراً والطعام في يد البائع الأول فكانما باع ألف دينار بألف وعشرون ديناراً.

غير أن القبض قد لا يتحقق في حالات مثل²:

- الأولى: أن يكون المعقود عليه عقار فلا يمكن القبض ما لم يتم تخلّيته وانتقال المالك للانتفاع به، والمرجع هنا كذلك العرف، فما جرى العرف في العقار هو التخلية.
- الثانية: المنقولات وهي ما يمكن نقله أو تحويله من مكان لآخر كالحيوانات، السيارات، الموزونات، المكيالات.

ودليل ذلك حديث عائشة رضي الله عنها: " لَقَلَّ يَوْمَ كَانَ يَأْتِي عَلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، إِلَّا يَأْتِي فِيهِ بَيْتُ أَبِي بَكْرٍ أَحَدَ طَرَفِي النَّهَارِ، فَلَمَّا أُذِنَ لَهُ فِي الْخُرُوجِ إِلَى الْمَدِينَةِ، لَمْ يَرْعُنَا إِلَّا وَقَدْ أَتَانَا ظُهُرًا، فَخُبِرَ بِهِ أَبُو بَكْرٍ، فَقَالَ: مَا جَاءَنَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي هَذِهِ السَّاعَةِ إِلَّا لِأَمْرٍ حَدَثَ، فَلَمَّا دَخَلَ عَلَيْهِ قَالَ لِأَبِي بَكْرٍ: أَخْرِجْ مَنْ عِنْدَكَ، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّمَا هُمَا ابْنَتَايَ -يَعْنِي عَائِشَةَ وَأَسْمَاءَ- قَالَ: أَشَعَرْتَ أَنَّهُ قَدْ أُذِنَ لِي فِي الْخُرُوجِ؟ قَالَ: الصُّحْبَةُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: الصُّحْبَةُ، قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّ عِنْدِي نَاقَتَيْنِ أَعَدَدْتُهُمَا لِلْخُرُوجِ، فَخُذْ إِحْدَاهُمَا، قَالَ: قَدْ أَخَذْتُهَا بِالنَّمَنِ³. روي في صحيح البخاري

2- الشروط المتعلقة بالعوض:

وهذه الشروط تتمثل في:

أ. أن يكونا العوضان غير ربويان (مما لا يجري بينهما ربا النسيئة):

¹ أحمد بن علي العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، ص410.

² علاء الدين بن مسعود الكاساني، بدائل الصنائع في ترتيب الشرائح، دار الكتاب العربي، ط2، بيروت، 1982، ص244.

³ أحمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد، دار المعارف للنشر، مصر، د.س.ن، ص650.

يشترط في هذا البيع أن يكون البدلان (العوضان) غير ربويان أي ضرورة عدم الوقوع في ربا النسيئة، والذي يرتبط أساساً بالأجل فقد فصل الفقهاء في أموال معينة تجري فيها الربا وهي ستة:¹ الذهب، الفضة، البر، الشعير، التمر، والملح، وذلك إذا استجمعت شروط الربا؛ أي لا يجوز بيع الذهب بالذهب، أو الفضة بالفضة، ولا التمر بالتمر و بالتقسيط، وهذا بحسب ما رواه الصحابة عن عبادة بن الصامت وأبي سعيد الخدري رضي الله عنهما أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: "الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ، وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ، وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ، وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ، وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ، وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، سَوَاءً بِسَوَاءٍ، يَدًا بِيَدٍ، فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ، فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ، إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ"².

وأحاديث عن ذلك نذكر منها:³ عن سعيد الخدري رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: "لَا تَبِيعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ، إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ، وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ، وَلَا تَبِيعُوا الْوَرِقَ بِالْوَرِقِ، إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ، وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ، وَلَا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَاجِزٍ".

وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَزْنًا بِوَزْنٍ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَزْنًا بِوَزْنٍ، مِثْلًا بِمِثْلٍ، فَمَنْ زَادَ أَوْ اسْتَرَادَ فَهُوَ رِبَاً".

وفي رواية أبو سعيد الخدري وأبو هريرة رضي الله تعالى عنهما⁴: "أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اسْتَعْمَلَ رَجُلًا عَلَى خَيْبَرٍ، فَجَاءَهُمْ بِتَمَرٍ جَنِيْبٍ، فَقَالَ: أَكُلْ تَمْرَ خَيْبَرَ هَكَذَا، فَقَالَ: إِنَّا لَنَأْخُذُ الصَّاعَ مِنْ هَذَا بِالصَّاعَيْنِ، وَالصَّاعَيْنِ بِالثَّلَاثَةِ، فَقَالَ: لَا تَفْعَلْ، بَعِ الْجَمْعَ بِالدَّرَاهِمِ، ثُمَّ ابْتَغِ بِالدَّرَاهِمِ جَنِيْبًا، وَقَالَ فِي الْمِيزَانِ مِثْلَ ذَلِكَ".

فشرط أن يكون العوضان في بيع التقسيط مما لا يجري فيه ربا النسيئة ولكي يتجنب المحظور وقياس ما يقع ويشرك مع الأموال الستة المنصوص عليها وشبهة الربا.

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص152.

² سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص138.

³ عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص153.

⁴ التمر الجنيب هو التمر الجيد، والتمر الجمع هو الذي اختلط فيه الجيد بالرديء.

وهنا وجب التفصيل كون الثمن والمثمن من جنس واحد إذا كان العوضان ليسا من الأموال الربوية، فما هي علة سريان الربا في الأموال المنصوصة؟ وبيع غير الربوي بجنسه نسيئة.

ف نجد أن مذهب الظاهرية يجدون أن الربا يقع في الأموال الستة المذكورة ولا يقاس عليها، أما مذهب جماهير الفقهاء غير الظاهرية ومنهم أئمة المذاهب الأربعة يجدون أن الربا يجري حتى في غير هذه الأموال الستة، ويقاس عليها غيرها، اختلفوا في العلة التي تقاس عليها لأنها غير منصوص عليها فلا بد من الاجتهاد.¹

ب. أن يكون الثمن في بيع التقسيط دين لا عين:

إذا كان الثمن عينا لا يجوز تأجيله بمعنى تثمين السيارة مثلا بمنزل على أن يتم تسليم المنزل بعد عام، فلا يصح تأجيل الأعيان.²

حيث أن اشتراط أن يكون الثمن المؤجل دينا لا عينا متفق عليه بين الفقهاء.

فمن الشروط المفسدة للبيع أن يكون الأجل في المبيع عينا أي ثمن المبيع بعين.³

فالأموال التي تثبت دينا في الذمة فقد تم تقسيمها حسب جمهور أئمة الحنابلة، والشافعية والمالكية، إلى قسمين أعيان ومنافع، والأعيان بدورها تنقسم إلى مثلي وقيمي:⁴

- فالمثلي: ما يوجد مثله في السوق دون تفاوت يعتد به وهي أربعة أنواع المكيلات والموزونات والعديدات المتقاربة في الحجم كالبيض والجوز، وبعض أنواع الذرعات كالقطن والحرير أو ألواح البلور والأخشاب الجديدة إذا ما تساوت أجزاؤه أما إذا تفاوتت أجزاء المزروع كالأنسجة غير المتماثلة وكالأراضي يصبح ما لا قيما لا مثليا.

ولا نجد اختلاف بين الفقهاء على كون المثلي دينا في الذمة وبالتالي يصح أن يكون الثمن في بيع التقسيط ما لا مثليا.

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص154.

² سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص163.

³ علاء الدين مسعود الكاساني، بدائع الصنائع، مرجع سبق ذكره، ص174.

⁴ عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص158، 159.

- القيمي: الذي لا يوجد له مثل في السوق أو يوجد مع فرق معتد في قيمته، كالجواهر والمصوغات النفسية لأن لها اختلاف في الحجم والوزن والشكل، والحيوانات المختلفة كالخيل والأبقار ونحوها، ونجد أيضا السجاد والكتب المختلفة.

ونجد له حالتان:

- ✓ مما يمكن ضبطه بالوصف، وهنا يعد دينا في الذمة بإجماع الفقهاء.
- ✓ مما لا يمكن ضبطه بالوصف، تختلف آحاده وتتفاوت أفرادها، ونجد أن هناك اختلاف بين الفقهاء على صحته.

و نجد في بيع العينة مشتري السلعة إلى أجل يأخذ بدلها عينا أي نقد حاضر ولأن البائع الأول رجع إليه عين ماله.¹

وهناك حيلة تدخل في بيع العينة كما ورد في الحديث عن عائشة رضي الله عنها "أبلغني زيد بن أرقم أنه قد أبطل جهاده مع رسول الله صلى الله عليه وسلم إن لم يتب في ابتياعه عبداً إلى العطاء بثمانمائة درهم وبيعه إياه من التي باعته منه بستمائة درهم نقداً".²

فبحسب هذا الحديث فإن هذا المعاملة غير جائزة بمعنى بيع الشيء بثمن مؤجل ثم شراؤه بمعجل أقل على عكس بيع السلم.³

فخلاصة القول أن الثمن في بيع التقسيط يجب أن يكون دينا والدين يحل محله المال لأنه يقبل الثبوت في الذمة، أما الأعيان المثلية كالمكيلات والموزونات والعديدات المتقاربة، والمصنوعات المتماثلة صفة وقدرا يمكن أن تصبح دينا يثبت في الذمة، وبالتالي تصح كثر في بيع التقسيط.

أما الأعيان الغير منضبطة الوصف فالمرجح عدم استخدامها كثر لأجل لعدم قبولها للثبوت في الذمة فيصح أن تكون ثمنا آجلا.⁴

¹ يوسف كمال محمد المصرفية الإسلامية الأساس الفكري، دار النشر للجامعات المصرية، مكتبة الوفاء، ط2، مصر، 1996، ص97.

² رفيق يونس المصري، التمويل الإسلامي، دار القلم، ط1، دمشق، 2012، ص73.

³ حسن أيوب، فقه المعاملات المالية في الإسلام، دار السلام، ط1، القاهرة، 2003، ص184.

⁴ عدنان محمد سليم، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص160.

ت. أن تكون السلعة المباعة في الحال لا مؤجلة:

قد تكون السلعة في بيع التقسيط ديناً في الذمة، وقد تكون عيناً معينة وهنا نجد حالتين:¹

- الأولى: كون المبيع ديناً كأن يشتري أحدهم قمح أو شعر بـ 100 دينار مؤجلة إلى سنة، فالمبيع هنا ديناً لا عين ووجوب تسليمه في مجلس العقد، فاتفق الفقهاء هنا على منع تأجيل المبيع الدين في بيع التقسيط وذلك لحديث عبد الله بن عمر رضي الله عنهما أن النبي صلى الله عليه وسلم " نهى عن بيع الكالئ بالكالئ "، وكذلك بحسب ما قاله الإمام أحمد رحمه الله: "إجماع الناس على أنه لا يجوز بيع الدين بالدين".

وبحسب شرح الإمام ابن تيمية - رحمه الله - المقصود بـ الكالئ بالكالئ وهو المؤخر الذي لم يقبض بالمؤخر الذي لم يقبض أي كأنه أسلم شيء في شيء في ذمة كلاهما أجلاً.

وأن تأخير أحد العوضين وجعله ديناً في الذمة يشتمل على الغرر في حديث أبي هريرة - رضي الله عنه - " نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الحصاة، وعن بيع الغرر ".

- الثانية: كون المبيع عيناً معينة كأن يشتري سيارة أو عقار وسبق أن بينا عدم جواز تأجيل الأعيان ولا يلزم تسليمها في مجلس العقد وهنا تم عرض أدلة منع تأجيل المبيع في بيع التقسيط غير أن التعاملات الحديثة أوجبت الحاجة إلى تأخير المبيع والثمن كلاهما، فإن الشريعة الإسلامية السمحاء قد جاءت لرفع الحرج عن الناس، لقوله تعالى: { وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ } (الحج: الآية 78)، وقوله تعالى: { يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ } (البقرة: الآية 185).

كما أن الضرورات تبيح المحظورات، و الحاجة تنزل منزلة الضرورة عامة كانت أو خاصة، وقد اختلف الفقهاء في جواز ومنع بعض حالات تأخير المبيع والتي سنذكرها لاحقاً.

3- الشروط المتعلقة بالأجل:

أ. كون الأجل معلوماً:

لابد في بيع التقسيط من تحديد الأجل، حيث يشترط الفقهاء تحديد وبيان الأجل بوضوح، ورفع كل لبس عنه ولذلك لتمكين البائع من المطالبة بحقه فور حلول الأجل، وتحديدًا في بيع التقسيط تحديد عدد

¹ سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص 168، 169.

الأقساط ومعادها،¹ و دليل ذلك قوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ { (البقرة: الآية 282)، و كذا في قوله صلى الله عليه و سلم : " مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزَنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ "، واشترط النبي أن يكون الأجل معلوماً في عقد السلم.²

وهنا يتبادل إلى أذهاننا متى يستوجب تحديد بداية الأجل؟

فنجد أن هناك حالتان:

- أن ينص على زمن ابتداء الأجل واحتساب البداية من انعقاد العقد أو تسليم المبيع، فهذا الزمن يحتسب مما نص عليه.
 - أو يغفل عن ذكر بداية الأجل: فإما أن يكون مقيدا بزمن معين أو مطلق لا يحدد.
- وخلاصة ذلك أن احتساب مدة الأجل تكون من زمن التعاقد، ولا يحتسب من تسليم إلا إذا توفرت الشروط التالية:³

- أن لا ينص على زمن ابتداء الأجل.
 - أن يكون الأجل المذكور مطلقا.
 - أن يكون عدم تسليم المبيع سببه حبس البائع للسلعة، بدون تأخر من المشتري عن استلامها.
- ب . أثر جهالة الأجل على العقد:

الجهالة المطلقة بالأجل، بحسب مذهب المالكية والشافعية أن العقد منوط بالأجل فإن لم يحدد فيفسد شرط التراضي وفساد العقد، جهالة الأجل يؤدي إلى جهالة الثمن لأن للزمن أجر في التأجيل.

وفيه من يرى أن جهالة الأجل تفسد العقد لكنه قابل للتصحيح بالاتفاق على أجل جديد معلوم.⁴

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي مرجع سبق ذكره، ص 181.

² عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص 166.

³ سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص 185.

⁴ عدنان محمد سليم سعد الدين، نفس المرجع، ص 170.

وبحسب الحنابلة أن الأجل باطل والبيع صحيح لاكتمال أركانه أما الشرط وهو الأجل المجهول أمر لا يؤثر على أركان البيع فإذا ألغي الشرط صح البيع، واستدلوا في ذلك عن ابن عباس أن عائشة رضي الله عنها قالت: أردت أن أشتري بريرة فأعتقها فاشتراط علي موليها أن أعتقها، ويكون الولاء لهم، قالت عائشة رضي الله عنها فذكرت ذلك لرسول الله صلى الله عليه وسلم فقال: " اشترِها؛ فإنما الولاء لمن أعتق "، ثم خطب فقال: " كلُّ شرطٍ ليس في كتابِ الله تعالى فهو باطلٌ ما بال أقوامٍ يشترطون شروطاً ليست في كتابِ الله من اشترط شرطاً ليس في كتابِ الله فليس له وإن اشترطَ مائةَ شرطٍ كتابُ الله أحقُّ وشرطُ الله أوثقُ"¹، أي أن شرط يكون مخلاً بالعقد يكون فاسد، وعليه فشرط الأجل المجهول باطل والعقد صحيح.

ت. أن يكون بيع التقسيط منجزاً:

هنا لا يعلق تمام بيع التقسيط باكتمال الأقساط، وانتهاءها لكي تتم عملية انتقال ملكية المبيع، أي يصبح البيع مرتبط على أداء القيمة فهذا لا يصح.²

وتعريف العقد المنجز: هو ما اتفق عليه بصيغة غير معلقة على شرط ولا إضافة إلى زمن بالمستقبل³ عكس العقد المعلق والمرتبط بشرط وبالتالي لا يجوز تعليق البيع على شرط مستقبل كمجيء الشهر أو قدوم أحدهم، لأنه بيع غرر ومن غير حاجة.⁴

¹ صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب شراء النبي صلى الله عليه وسلم بالنسيئة، الحديث رقم 2068، مرجع سبق ذكره، ص119.

² سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص186.

³ أحمد فراج حسين، الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، د.س.ن، ص311.

⁴ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص173.

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن البيع بالتقسيط و أهم المزايا و العيوب

تتخلل معاملة البيع بالتقسيط عدة آثار و المزايا و كذا عيوب نتعرف عليها من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول : الآثار المترتبة عن البيع بالتقسيط

ويلزم التعامل بالبيع بالتقسيط الزيادة في ثمن السلعة المؤجلة عن ثمنها الحالي، فالزيادة مرتبطة بالأجل والاستلام المعجل للسلعة تتخلله عدة أحكام فيما يخص زيادة الثمن المؤجل عن الثمن الحال، وهذه المسألة مهمة جدا في بحثنا لما تحتويه من عدة أحكام وآثار لعقد البيع بالتقسيط.

أولا : حكم زيادة الثمن المؤجل عن الثمن الحال:

يكون البيع عامة بثمن مؤجل إما بثمن مساوي للثمن الحال دون زيادة مقابل التأجيل وهذه الحالة بالإجماع جائزة خصوصا إن كان قصد البائع في تأخير الثمن الإرفاق بالمشتري، وهنا نجد قوله صلى الله عليه وسلم: ¹ "من نَفَسَ عن مسلِمٍ كُرْبَةً من كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللهُ عَنْهُ كُرْبَةً من كُرْبِ الآخِرَةِ، ومن سَتَرَ عَلَى مسلِمٍ سِتْرَهُ اللهُ في الدُّنْيَا والآخِرَةِ اللهُ في عَوْنِ العَبْدِ ما كَانَ العَبْدُ في عَوْنِ أَخِيهِ".

أو يكون الثمن المؤجل أكبر من الثمن الحال، فهنا نجد الخلاف القائم على أن الزيادة في الثمن مقابل التأجيل كالزيادة في الدين نظير الأجل أي جعلوا الزيادة تشبه الزيادة في الربا، فعن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه قال: " صفقتان في صفقةٍ ربًّا وأمرنا رسولُ الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِإِسْبَاغِ الوُضُوءِ "،² فهنا نجد بيعتين فيبيعة بذكر ثمنين للسلعة أحدهما مؤجل والآخر معجل، وقد تم الفصل هنا أن بيع التقسيط ليس من الربا بشيء وذلك بالاستدلال عن عبد الله بن عمرو رضي الله عنه "أَنَّ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَمَرَ أَنْ يُجَهَّزَ جَيْشًا، فَفَقَدَتْ الْإِبِلُ، " فَأَمَرَهُ أَنْ يَأْخُذَ فِي قَلَائِصِ الصَّدَقَةِ، فَكَانَ يَأْخُذُ الْبَعِيرَ بِالْبَعِيرِينَ إِلَى إِبِلِ الصَّدَقَةِ ".

والاستدلال هنا على جواز بيع التقسيط:

- ثمن المبيع (البعير) كان لأجل.

¹ سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص208.

² علي محمد ونيس، البيع بالثمن المؤجل مع الزيادة على أصل الثمن، بحث منشور شبكة الألوكة، على الموقع

www.alukak.net، حمل بتاريخ : 16-07-2020 ، ص14.

- جاز بيع الربوي بجنسه إلى أجل مع الزيادة.
- وهنا يتم الفصل في الفرق بين بيع التقسيط والربا في النقاط التالية¹:
- الربا محرم بأنواعه، ربا الديون والذي نزل تحريمه في القرآن الكريم وهو الزيادة مقابل تأجيل دين ثابت في الذمة، أو ربا البيوع وهو محرم بالسنة الشريفة بقسميه ربا الفضل وهو الزيادة في مبادلة الربوي بجنسه، أو ربا النسيئة.
- زيادة بيع التقسيط كان لبيع سلعة أما الزيادة في ثمن الدين كانت مستقلة.
- زيادة ثمن بيع التقسيط ثمن واحد لا يزداد في حال تأخر أداء الأقساط، أما الزيادة الربوية لقاء الأجل تزداد كلما زاد الأجل وتأخر أداء الدين.
- الزيادة في ثمن البيع بالتقسيط يكون المثلث من جنس والثلث من جنس مختلف أما الربا فهي من أشياء متقاربة.
- البيع بالتقسيط هو تخيير بين شراء حال، وشراء مؤجل عكس الربا فلا خيار للمدين.

ثانيا : الحط من الثمن لقاء تعجيل أداء الأقساط:

تناولنا في العنصر السابق من البحث حكم زيادة الثمن المؤجل عن الثمن الحال في البيع بالتقسيط، لكن قد نجد بعض الباعة يلجئون إلى تعجيل الأقساط وهو عكس زيادة الثمن بل إنقاصه والحط منه مقابل التعجيل ونجد أن هذه المسألة قد تكون بصورتين:²

1 . ضع وتعجل:

إذا لجأ المتعاقدين على تعجيل أداء الأقساط مقابل الحط من ثمنها فهنا نجد ما يعرف في الفقه الإسلامي باسم 'ضع وتعجل' والمقصود بها التنازل عن جزء من الدين المؤجل، ودفع الباقي في الحال، وروي عن ابن عباس أنه قال: " إِنَّمَا الرَّبَا أَخْرَ لِي، وَأَنَا أَرِيدُكَ وَلَيْسَ، عَجَّلَ لِي وَأَضْعُ عَنْكَ " فبعض الفقهاء أجازوا مبدأ ضع وتعجل، والبعض لم يجيزوه فقد لا نجد حرجا من الأخذ برأي ابن عباس رضي الله عنه حبر

¹ سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص 229.

² سلمان تركي بن التركي، بيع التقسيط وأحكامه، نفس المرجع، ص 276.

الأمة وترجمان القرآن حتى إنه انفرد برأيه عن الصحابة الكرام وخالفه التابعون فلا نجد فرقاً إن أخذ ألف مقابل التأجيل أو أعطى ألف مقابل التعجيل"¹.

2 . عدم الاتفاق المسبق:

هو الحط من الثمن في حالة تم تعجيل المشتري به لا يكون بالاتفاق المسبق أي لصحة البيع بالتقسيط لابد من مراعاة أمرين مهمين:²

○ الأمر الأول: لا يتم الاتفاق بإسقاط جزء في الثمن في حال عجل المشتري به، وإن كان من حق البائع دون اتفاق سابق.

○ الأمر الثاني: عدم الاتفاق على زيادة الثمن أو هامش الربح ما إن تأخر المشتري عن الدفع والوفاء بدينه سواء باشتراط ذلك في العقد أو بعده، فهذا يتنافى مع قواعد الشريعة الإسلامية وهو أصل من أصولها 'لا ضرر ولا ضرار'، وكذلك لقوله تعالى: {إِنْ كَانَ دُوْ عُسْرَةٌ فَنُزْرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ} (سورة البقرة: الآية 280)

ثالثاً : التأخر في دفع الأقساط:

ينبغي على المسلم أن لا يبالغ في الاستدانة والشراء بالتقسيط كي لا يغلبه الدين، حيث استعاذ الرسول صلى الله عليه وسلم من غلبة الدين وقهر الرجال، كي يغلب الظن على قدرة وفاء الدين وأداءه للأقساط حين معادها فبالنسبة في أخذ أموال الناس دون إعادتها حرام، وأكل لأموال الناس بالباطل لقوله صلى الله عليه وسلم: " مَنْ أَخَذَ أَمْوَالَ النَّاسِ يُرِيدُ أَدَاءَهَا أَدَّى اللَّهُ عَنْهُ، وَمَنْ أَخَذَ يُرِيدُ إِثْلَافَهَا أَثْلَفَهُ اللَّهُ". وهناك حالات يكون فيها تأخر عن دفع الأقساط وهي:³

¹ علي أحمد السالوس، البيع بالتقسيط نظرات في التطبيق العملي مرجع سبق ذكره، ص350.

² خلف إبراهيم سليمان الكيكي، شروط البيع بالتقسيط، دراسة مقارنة بين القانون الوضعي، والفقہ الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص198.

³ سلمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص314.

1. عدم دفع الأقساط بعذر:

في حال تأخر المشتري عن دفع الأقساط الواجبة عليه، نتيجة عسر مالي يمر به فالواجب هنا تيسير أمره حتى يتمكن من دفع ما عليه عملاً بما جاء في الذكر الحكيم، قال تعالى: {إِنْ كَانَ ثَوْرٌ غَسْرَةً فَنَظَرَةٌ إِلَى مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ} (البقرة: الآية 280)، وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث أبي اليسر كعب بن عمرو الأنصاري رضي الله عنه: "مَنْ أَنْظَرَ مُعْسِرًا، أَوْ وَضَعَ عَنْهُ أَظْلَهُ اللَّهُ فِي ظِلِّهِ، يَوْمَ لَا ظِلَّ إِلَّا ظِلُّهُ".

فترشدنا العديد من النصوص الشريفة إلى الإرفاق بمن تعذر عليه السداد، ولا يجوز الزيادة عليه في حال تأخير سداد دينه.

2. عدم دفع الأقساط بدون عذر:

فإن كان المشتري قد تأخر عن دفعه لأقساط الدين بدون عذر ولا عسر مالي بل مماطلة منه، فهنا يلجأ العديد من الباعة إلى الضغط على المشتري بفرض غرامات مالية مقابل المماطلة أو اشتراط حلول بقيمة الأقساط والمسارة في أداء كامل الدين فمن كان قادراً على أداء دينه يحرم عليه المماطلة، كما يقول الإمام ابن باز رحمه الله في حديث أبي هريرة أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ".¹ وقد أجمع الفقهاء أنه يجوز شرعاً أن يشترط البائع بالأجل حلول الأقساط قبل مواعيدها في حال تأخر المدين عن أداء بعضها ما دام رضي بهذا الشرط عند التعاقد.²

غير أن تغريم الغني المماطل لا يجوز بحكم معظم الفقهاء المعاصرين بأي مبلغ من المال، واقتروا حلول أخرى يمكن أن يغرم بها المقتدر المماطل بمبالغ مالية تدفع لجهات البر والخير وذلك بالاتفاق المسبق.³

وقد اعتمد مجمع الفقه الإسلامي أن تغريم هو عبارة عن ربا لأن ما يدفعه المدين من زيادة هو ربا

منهي عنها وأصدرت فتوى تحرم دفع المدين في حال المماطلة غرامة.¹

¹ اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء، الموقع: <https://binbaz.org.sa> تاريخ الاطلاع : 22 مارس 2020.

² سلمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص 343.

³ رفيق يونس المصري، بيع التقسيط تحليل فقهي و اقتصادي ، مرجع سبق ذكره، ص 153.

3 . حالة موت الدائن أو المدين:

أي موت أحد أطراف العقد في بيع التقسيط ونجد حالتان:²

أ. أثر موت الدائن:

أجمع الفقهاء على أن الدائن إذا مات وله على الناس أموال مؤجلة، فإنها لا تُحل بموته؛ أي لا تسقط بل تبقى إلى أجلها، لأن ذمة المدين باقية ولا تتأثر بموت الدائن، وعند حلول أجلها يستلمها ورثة الدائن؛ أي انتقال الدين إلى الورثة و هو ما يوجبهم تسديد الدين.

ب . أثر موت المدين:

نجد أن جمهور الفقهاء من الحنفية والمالكية والشافعية، والحنابلة أجمعوا أنه إذا مات المدين تصبح ديونه حالة، ويجب على الورثة سدادها من إرثه، قبل تقسيم الميراث، وإخراج الوصية، لقول رسول الله عليه الصلاة والسلام: " نفسُ المؤمنِ مُعلَّقةٌ بدينهِ حتى يُقضى عنه ".³

وفصل فقهاء الحنابلة في أمرين بالنسبة لحلول الأجل، فإذا قام الورثة بتوثيق الدين للدائن برهن يكفي لسداد الديون، أو أتوا بكفيل قادر على سداد الدين، ففي هذه الحالة يبقى الدين إلى أجله ولا يحل بموت المدين، لأن الدائن لا يصيبه ضرر حيث حفظ حقه.

أما في حالة لم يتم تقديم رهن للدائن من قبل الورثة بتقديم رهن للدائن، أو لم يأتوا بكفيل يستطيع سداد الديون، فإن الدين والحالة هذه يحلّ على الفور، كي لا يضيع حق الدائن.⁴

¹ عبد الله أبو وهدان، أحمد نوفل، أحكام بيع التقسيط في الفقه الإسلامي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، فلسطين، المجلد 27 ، ج 2 ، 2013، ص439.

² عبد الله أبو وهدان، أحمد نوفل، أحكام بيع التقسيط في الفقه الإسلامي، نفس المرجع، ص445.

³ الترميذي، محمد بن عيسى، سنن الترميذي ، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، ط2، ج3، مصر، 1395 هـ ، ص381.

⁴ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره، ص364.

خلاصة القول أن موت البائع له أثر على أجل التقسيط حيث يجب على المشتري سداد جميع الأقساط المؤجلة فوراً، ونجد أن ابن حزم¹ استدل لقوله تعالى: { مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِي بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرٍ مُضَارٍّ } (سورة النساء: الآية 12)

وفي نقاش هذا الاستبدال، قيل أن الورثة يملكون من الأموال والحقوق ما يملكه مورثهم "حال حياته" وبما أنه لا يملك حق إسقاط الأجل وتعجيل الدفع، فالحقوق تنتقل بالحال الذي كانت عليه.

والراجح أن الدين ينتقل بالصفة التي كان عليها والورثة لا يملكون إلا ما كان يملكه مورثهم، أما موت المشتري يلزم حل الديون المؤجلة عليه وسدادها لحديث أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: " نفس المؤمن معلقة بدينه حتى يقضى عنه " رواه أحمد في المسند، وإبقاء الدين إلى أجل إضرار بالميت لبقاء ذمته معلقة حتى يقضى، ويتم ذلك إما بسداد من الميراث أو توثيق الدين برهن أو كفيل.

المطلب الثاني: مزايا وعيوب البيع بالتقسيط

يحمل البيع بالتقسيط مزايا و عيوب نذكرها:

أولاً : مزايا البيع بالتقسيط:

يساهم نظام البيع بالتقسيط في حصول المستهلكين على احتياجاتهم الضرورية دون دفع الثمن كاملاً، ومع ارتفاع الأسعار الذي يمنع الناس من تلبية احتياجاتهم الضرورية تكون هذه الطريقة هي الأفضل. تفيد الطرفين الملتزمين بالعمل في حالة تنفيذ هذه العملية بشكل صحيح، يتمكن الطرف البائع من زيادة رأس ماله وذلك من خلال التزام المشتري بدفع أقساط واضحة، يساعد المشتري على إدارة أمواله بحرية أكبر خلال حياته اليومية فإن الشراء على أقساط يحرر العائلات ذات الدخل المحدود ويمنحهم الراحة المالية. يمكن للمرء أن يمتلك العديد من الأشياء على الرغم من أنه ليس لديه ما يكفي من المال. هناك العديد من المزايا في حالة البيع بالتقسيط، نتناول في هذا المطلب أهم المزايا التي اختصت بها هذه المعاملة² :

¹ سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، مرجع سبق ذكره ، ص364.

² أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية ،مرجع سبق ذكره ، ص 60 .

1. يساهم بيع التقسيط في زيادة التجارة، و يقلل من ظاهرة البطالة و خلق مناصب عمل جديدة.
2. يمثل بيع التقسيط أحد البدائل الشرعية للربا المحرم و ذلك بتنظيمه وفق القواعد الشرعية.
3. تحقيق و قضاء مصلحة بين البائع والمشتري، بتوفير حاجة المال و السلعة لكل طرف.
4. بالرغم من عدم امتلاك المال الكافي يمكن البيع بالتقسيط من الحصول على السلع ضرورية كانت أو كمالية .
5. يساعد البيع بالتقسيط في تصريف البضائع و عدم كسادها و إخراجها من المخازن و الحصول على ثمنها مؤجلا على أقساط، فيمكنه هذا من تنمية تجارته و تنشيطها.
6. البيع بالتقسيط يمثل أحد الطرق التي تؤدي للتعاون و الأخذ بأيدي الضعفاء.
7. أحد الصيغ التمويلية التي فتحت أمام الشركات و المؤسسات التجارية من تقديم التسهيلات لذوي الدخل المحدود، و هذا يرغب في إعادة التعامل مع هذه المؤسسات في كافة أنشطتها .
8. التعامل بالتقسيط يشجع المشتري من الشراء.

ثانيا : عيوب البيع بالتقسيط :

خصصنا هذا العنصر من البحث للتحدث عن عيوب و مشاكل البيع بالتقسيط و التي بحاجة إلى معالجة و التقليل من مخاطر بيع التقسيط من أجل طرحه و الاستفادة منه بأحكامه الشرعية، فهناك العديد من العيوب في معاملة البيع بالتقسيط، يمكن أن يؤدي إلى تجميد الأموال للطرف البائع وسيبى و تيرة حركته المالية كما يمكن أن يقع أحد أطراف هذه العملية التجارية ضحية للاحتيال، وذلك في حالة اختفاء المشتري الملزم بدفع الأقساط فيتحمل البائع أعباء مالية إضافية، يمكن أن يحدث الكثير من التغييرات في فترة التسديد طويلة المدى مما يجعلنا نأسف لاختيار هذه الطريقة. يتعين على المشتري دفع سعر أعلى من السعر الحقيقي للسلعة وتختلف نسبة القيمة الإضافية حسب السلعة ونوعها، كما يكون المشتري عرضة للمبالغة في الأسعار والتسعير الزائد للعديد من البائعين.

ونلخص معظم العيوب في¹:

1. قد ينشأ مشاكل بين طرفي البيع بالتقسيط من تسليم و تسلم و حفظ الحقوق، لاسيما و أن أحد العوضين هو الثمن و مؤجل، فالتأخر في السداد من شأنه أن يخلق مشاكل كما سبق و تطرقنا لها.

¹ أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية، مرجع سبق ذكره ، ص 59 .

2. قد يتمادى المشتري في شراء سلع غير ضرورة لسهولة التقسيط، دون انتباه فيريك ميزانيته، لأن اعتماد الناس على هذه الطريقة كليا سوف يسبب لهم الكثير من المتاعب المالية، و يسبب التأخير في سداد الأقساط في وجود العديد من النزاعات والخلافات بين البائع والمشتري، يمكن أن تتسبب هذه الطريقة في شراء العديد من المنتجات الترفيهية وغير الضرورية، وذلك سيؤدي إلى زيادة العبء المالي على المستهلك كما يمكن أن يؤدي إلى تراكم الديون على المشتري بسبب ميله لاستخدام هذه الطريق في شراء أكثر من سلعة.

3. قد يضطر البائع لبيع العينة بثمن نقدي أقل لمواجهة ظروفه الطارئة، و هو خلق ما يسمى بحرق الأسعار أي إنقاصها عما هي فيه في الظروف العادية .

4. استغلال البائع حاجة المشتري فيرفع الثمن حتى أضعاف مضاعفة، بالرغم من كونه إنما يحاسب عليه .

5. قد يؤدي التوسع في نظام البيع بالتقسيط إلى فتح باب الاستيراد مما يؤثر سلبا على الصناعة المحلية .

مما سبق نستخلص أن صيغة البيع بالتقسيط ما لم تضبط و يتم التعامل معها بالشروط الموضحة في شريعتنا السماح تؤدي إلى مشاكل لا حصر لها رغم ما تقدمه من مزايا، لذا وجب التقيد بالشروط و النص عليها في بداية العقد كي لا يقع الضرر لكلا الطرفين.

المبحث الثالث: التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط

من خلال ما تقدم وحصرنا لمجمل المفاهيم والشروط والآثار المترتبة عن معاملة البيع بالتقسيط خصصنا هذا المبحث للحديث عن التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط أي المعاملات التي تم تكييفها لتصب حول معاملة البيع بالتقسيط، والتركيز على الناحية التطبيقية للبيع بالتقسيط لدى البنوك الإسلامية، واعتمدت بشكل كبير على الدراسة التطبيقية المقدمة في رسالة ماجستير للدكتور أحمد مقربين، بجامعة السلطان الشريف علي الإسلامي بروناي دار السلام بعنوان بيع بالتقسيط في المصارف الإسلامية دراسة تحليلية ونقدية حيث حدد أنماط التطبيقات الموجودة على مستوى مصرفي أندونيسيا وبروناي بدار السلام. وعليه فإن معاملة البيع بالتقسيط لدى البنوك الإسلامية قد تشابهت مع معاملات مالية أخرى، ومن خلال الدراسات تم إدراجها ضمن بيع التقسيط لتأجيل الدفع أو تقسيطه.

ويتم اعتماد صيغة البيع بالتقسيط بثمن أكبر من الثمن الحالي وفق الحالتين التاليتين:¹

- الأولى: في المعاملات التي لا يرغب فيها عملاء المصرف استخدام أساليب تمويل بالمشاركة فالبيع بالتقسيط هو العملية البديلة لعملية الشراء وبتسهيلات عند الدفع والتي تضعها البنوك.
 - الثانية: المعاملات التي يكون فيها المبلغ المؤجل كبيراً والأجل طويل، ومن أنسب المشروعات التي يمكن للمصارف الإسلامية استخدام آلية البيع بالتقسيط، بيع الوحدات السكنية فهو يعتبر البديل المناسب لقروض المصرفية الربوية، هذا بشكل عام.
- فتم حصر بعض المعاملات المتشابهة والبيع بالتقسيط وتقسيمها وفق ما هو معمول به لدى البنوك الإسلامية.

المطلب الأول: الآليات المستحدثة و المطابقة لآلية البيع بالتقسيط

مع التطور الذي تشهده آليات التمويل الاسلامي من خلال الابتكارات المالية، فقد استحدثت عدة آليات تمويلية مطابقة لآلية البيع بالتقسيط سوف نتعرض إليها بشكل من التفصيل.

أولاً: بيع المrabحة بصيغة البيع بالتقسيط:

تعد المrabحة من بيوع الأمانة، بحيث يعلم فيها الثمن في الأول وزيادة ربح معلوم غير أنه إذا بيعت بأقل من ثمنها تسمى بيع الوضيعة أو الحطيطة، وإذا بيعت بنفس الثمن تسمى بيع التولية أي بدون ربح، فهذه المعاملة معروفة منذ عهد الصحابة رضوان الله عليهم والكثير من السلف²، واختلفوا في جوازها من عدمه.

¹ عبد اللطيف حمزة القراري، المصارف الإسلامية (النظرية والتطبيق)، مرجع سبق ذكره، ص 71.

² أيمن علي عبد الرؤوف صالح، تحقيق أقوال الفقهاء في بيع المrabحة لأمر بالشراء، مجلة جامعة الملك عبد العزيز (الاقتصاد الإسلامي)، أكتوبر 2017، ص 07.

1. بيع المربحة:

ويتم تعريفه:

أ. تعريف المربحة (المربحة البسيطة الفقهية):

- لغة:

من الربح (بكسر الراء) والربح و الرباح (بفتح الراء) بمعنى النماء في التجارة وهو اسم لما ربحه، وأرباحه وأرباحته على سلعة أي أعطيته ربحاً بمتاعه وأعطاه مالا مربحة أي على الربح بينهما، وبعث السلعة مربحة على كل عشرة دراهم درهم، وكذلك اشتريته مربحة وبعث المتاع واشتريته منه مربحة إذا سميت لكل قدر من الثمن ربحاً.¹

- اصطلاحاً:

المربحة في اصطلاح الفقهاء هي تمليك المبيع بمثل ثمنه وزيادة الربح، أو هي البيع على الثمن الأول.

ويمكن تعريف المربحة على أنها على أنها 'نقل ما ملك بالعقد وزيادة ربح'².

وعليه يمكن أن نعرف المربحة على أنها:

بيع من بيوع الأمانة التي يتم فيها بيع السلعة برأس مالها وزيادة ربح معلوم، حيث يتم في المربحة تحديد ثمن بيع السلعة بتكلفة الشراء إضافة إلى ربح معلوم يتفق عليه.

المربحة مشروعة في الكتاب والسنة واتفاق الفقهاء:³

ودليل ذلك بأنها من البيوع من القرآن الكريم: { وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا } [البقرة: الآية 275] وقوله عز وجل: { وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ } [الجمعة: الآية 10]، أما من السنة النبوية الشريفة: قول صلى الله عليه

¹ أحمد صبحي العيادي، أدوات الاستثمار الإسلامية (البيوع، القروض، الخدمات المصرفية)، دار الفكر، الأردن، 2010، ص 54.

² هيا جميل بشارت، التمويل المصرفي الإسلامي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، دار النفائس، الأردن، 2008، ص 72.

³ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 261.

وسلم: "إذا اختلفت الجنسان فبيعوا كيف شئتم إذا كان يدا بيد"، وقوله صلى الله عليه وسلم: "إنما البيع عن تراضٍ"، وقوله عليه الصلاة والسلام: "البَّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا".

2. بيع المراجعة للأمر بالشراء:

المطابقة هنا للبيع بالتقسيط تكون وفق صيغة بيع المراجعة للأمر بالشراء والتي سنتكلم عنها بشكل من التفصيل.

أ. تعريفها:

أول ظهور لمصطلح المراجعة للأمر بالشراء كان في أطروحة دكتوراه بعنوان تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشرعية الإسلامية للدكتور سامي حسن محمود سنة 1967، ولكن لم يتم نشر أطروحته إلا سنة 1976م¹، والذي عرفتها على أنها: "تقدم العميل للبنك ويطلب منه شراء السلعة المطلوبة بالمواصفات التي يحددها، وبوعد من العميل بشراء السلعة فعلا مربحة، ويتم دفع الثمن مقسّطاً"².

وكتعريف آخر لرفيق يونس المصري: "أن يتقدم الراغب في شراء سلعة إلى المصرف لأنه لا يمتلك المال الكافي لسداد الثمن نقداً، فيشتريها المصرف بئمن نقدي ويبيعها إلى عميله بئمن مؤجل أعلى"³.

"أو هي أن يقوم البنك الإسلامي وبناء على طلب ورغبة الزبون بشراء سلعة أو بضاعة معينة من طرف ثالث في العملية (التاجر أو الوكالات التجارية)، ثم بعدها يقوم البنك بإعادة بيعها إلى الزبون الذي طلب هذه السلعة بتكلفة الشراء مضافاً إليها هامش ربح البنك ويتم التسديد على دفعات مؤجلة بعد الالتزام المطلق من قبل الزبون بدفع قيمة السلعة في تاريخ أو تواريخ استحقاقاتها كما يجوز للمصرف أن يطلب ضماناً شخصياً أو عقارياً نظير سداد قيمة البضاعة"⁴.

¹ نوري عبد الرسول الخاقاني، المصرفية الإسلامية (الأسس النظرية وإشكالية التطبيق)، دار اليازوري العلمية، ط1، عمان ، الأردن ، 2012 ، ص249.

² عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص260.

³ نفس المرجع، ص260.

⁴ صادق راشد الشمري، أساسيات الصناعات المصرفية الإسلامية (أنشطتها والتطلعات المستقبلية)، دار اليازوري

العلمية ، عمان ، الأردن ، 2008 ، ص62.

يمكن تلخيص بيع المربحة للأمر بالشراء من خلال التعاريف السابقة في طلب شخص يسمى الأمر بالشراء (العميل) من آخر يسمى المأمور (البنك) بأن يشتري له سلعة بمواصفات محددة، وبعد المأمور بأنه إذا قام بشراء هذه السلعة فإنه سيشتريها منه زيادة ربح محدد أو عند الاتفاق يقوم البنك بشراء السلعة بمواصفاتها من طرف ثالث، وبعد أن يملكها ويضمنها يقوم بعرض السلعة على الأمر بالشراء (العميل) عندئذ أن يشتريها بناء على طلبه.

وبالتالي عندنا ثلاثة متعاقدين: (الأمر بالشراء، البنك الإسلامي، البائع).

ب. تطبيق صيغة بيع المربحة للأمر بالشراء لدى البنوك الإسلامية:

يتم تطبيق المربحة بالتقسيط من خلال المراحل التالية:¹

أ. طلب من العميل يقدمه للبنك الإسلامي، يحدد فيه ما يرغب بشرائه سلعة محددة العناصر والأوصاف؛

ب. قبول من البنك لشراء السلعة المحددة للعميل؛

ت. وعد من العميل بشراء السلعة الموصوفة من البنك بعد تملك البنك لها؛

ث. وعد من البنك ببيع السلعة الموصوفة للعميل وقد يكون الوعد إما وعد ملزم أو غير ملزم؛

ج. تملك البنك للسلعة الموصوفة عن طريق شرائها نقداً، فإن هلكت السلعة في هذه الفترة، فإن البنك هو الذي يتحمل تبعه الهلاك؛

ح. بيع البنك للسلعة الموصوفة للعميل بأجل مع زيادة ربح متفق عليها بين البنك والعميل.

وبصيغة أخرى:² انتقال السلعة من المورد إلى العميل مباشرة لأن البنك ليس له المستودع، وذلك بأن يتقدم العميل إلى البنك طالبا منه شراء سلعة معينة بالمواصفات التي يحددها، فيقوم المصرف بشراء السلعة المطلوبة نقداً بعد المواعدة مع العميل على أنه يريد شراءها، ثم إرسال السلعة من المورد إلى العميل بعد الاتفاق على بيع المربحة مع البنك ثم يبيعها إلى العميل وزيادة ربح معلوم، وغالباً ما يشتري البنك السلعة نقداً ويبيعها بالأجل والتقسيط للعميل، لكن من هذا الشكل يمكن حصول الخطأ الشرعي في تطبيق بيع المربحة، لأن المصرف لم يقبض السلعة المباعة ولم تدخل في حيازته.

¹ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 261.

² أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 123.

أو أن يتقدم العميل إلى البنك طالبا منه شراء سلعة معينة بالمواصفات التي يحددها، فيقوم البنك بتوكيل العميل للاتصال مع المورد والتعاقد معه لشراء السلعة المعينة باسم البنك نقداً، ويكون دور البنك في هذه العملية دور الممول، ثم يجب على العميل إرسال مستندات السلعة إلى البنك لكي تتحقق ملكيته لها، لا باسم العميل إن كان وكيلا عنه بالقبض فقط، وبعد تملك البنك السلعة يبدأ للأمر بالشراء إبرام بيع المربحة، فيبيعها إلى العميل وزيادة ربح معلوم، وغالباً ما يشتري البنك السلعة نقداً ليتم بيعها إلى أجل ومقسطة.

و يعد بيع المربحة الأداة الأكثر استخداماً لدى البنوك الإسلامية، حيث تستند إلى نقل الملكية على مرحلتين، إما بامتلاك البنك للأصل باعتباره وسيطاً ونجد هنا ثلاث أطراف البنك و الممول و العميل أو باقتناء الأصل و تصبح ملكيته للبنك قبل مباشرة عقد بيع المربحة بناء على طلب العميل¹.

ويجب التقيد بالضوابط الشرعية التالية ليصح عقد بيع المربحة للأمر بالشراء:²

- يمكن للبنك والعميل أن يتفقا على الالتزام بالوعد في الشراء والبيع.
- يجوز للبنك أن يأخذ كافة الضمانات المشروعة والملائمة لحفظ حقه وسداد الثمن.
- يجب على البنك أن يمتلك السلعة ملكية حقيقية قبل أن يبيعها للعميل.
- عدم زيادة الدين بعد ثبوته في ذمة المشتري ويجوز أن يخضم من الدين مقابل التعجيل بالسداد، فلا يجوز للبنك فرض تعويض مالي مقابل تأخر العميل في سداد ما عليه من أقساط.
- أن يتطابق الإيجاب والقبول، وأن يتم التطابق في مجلس واحد.
- لا يجوز التأمين على السلعة لصالح البنك إلا عند الضرورة، لأنه من يتحمل ما ذكر من هلاك وعيب.
- أن يتحمل البنك تبعة هلاك السلعة قبل التسليم، وتبعة الرد بالعيب الخفي بعده.
- أن لا يتم البيع كذريعة للربا بأن يكون مقصود المشتري الحصول على المال واتخاذ السلعة كوسيلة لذلك.³

¹ Faiza Ben Abdelmoula ,Les Déterminants D'octroi De Crédits Bancaires Aux Entreprises :Etude Comparative Entre La Banque Conventiennelle Et La Banque Islamique ,Thèse de Doctorat ,Ecole Doctoral , Sciences de Gestion, Université côte D'Azur , Nice , France , 2017-2018,p37 .

² دراسة حول المربحة للأمر بالشراء على موقع : www.almaktaba.com.sa حمل بتاريخ: 2022/07/24.

³ عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص298.

- يجب ذكر الثمن والربح بالتفصيل، وكذلك كافة المصاريف التي تحملها البنك لذلك. ونجد أن البنوك الإسلامية دخلت كوسيط في مثل هذه البيوع وأصبغ عليها المشروعية التامة، بحيث أن مالك السلعة ليس هو من يتعامل مع المشتري، وإنما يقوم المصرف بشرائها بعقد ودفع ثمنها فوراً أو على أقساط على أن يتحصل المصرف على الربح بإعادة بيعها لعملائه بعقد آخر وفق آلية البيع بالتقسيط، فنجد إقبال كبير على هذه العقود خاصة في المشاريع الضخمة التي تحتاج إلى رأس مال كبيرة فمع عدم توفر السيولة، يبقى عقد المراجعة للأمر بالشراء أحد الحلول الممكنة لذلك.

ثانياً: بيع التورق بصيغة البيع بالتقسيط:

يعد التورق أحد أدوات التمويل لبعض المؤسسات والتي تحتاج إلى رأس مال لسد مشكل السيولة عندها، ففي هذا الجزء من البحث نتحدث عن التورق كمقاربة للبيع بالتقسيط وكيفية التعامل به لدى البنوك الإسلامية.

1. تعريف التورق:

المقصود بالتورق هو عبارة عن إجراء تمويلي عن طريق شراء سلعة من البنك بثمان مرتفع وبيعها بثمان أقل منه والهدف منه الحصول على سيولة، والجدير بالذكر هنا إذا كان البائع هو البنك فننتحدث عن التورق المصرفي وهو موضوعنا فيما يخص أحد تطبيقات البيع بالتقسيط.

أ. لغة:

التوريق أو الورق في النقد من الفضة أي الدراهم المضروبة، فهو طلب الورق الفضة لأنها كانت مضروبة كالدراهم في قوله تعالى: {فَاتَّبِعُوا أَحَدَكُمْ يَورِقُكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ} (الكهف: الآية 19) أي بدراهمكم¹، والمستورق هو الذي يطلب الورق.²

¹ سعد عبد محمد، التورق المصرفي وآثاره الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 37، 2013، ص 52.

² عبد الكريم محمد السروي، التورق المصرفي، التكييف الشرعي والحكم الفقهي، بحث مقدم لمؤتمر التورق المصرفي والحيل الربوية، جامعة عجلون، المملكة الأردنية، الفترة : 24-25 أبريل 2012، ص 3.

ب. اصطلاحاً:

كان الأصل في التورق طلب النقود من الفضة، وتحول بعد ذلك هذا المفهوم إلى طلب النقد سواء فضة أو ذهب أو عملة ورقية فأحتفظ بأصل الكلمة وتوسع مدلولها فبحسب تعريف مجمع الفقه الإسلامي في قراره رقم 05 في الدورة الخامسة عشرة للسنة 1419هـ فإن بيع التورق¹: "يعني شراء السلعة التي يمتلكها البائع بثمن مؤجل وبيعها للمشتري بنقد لغير البائع والغرض من ذلك الحصول على النقد"، بصيغة أخرى هو تصرف المحتاج للمال بعيداً عن التعاملات الربوية لتغطية حاجاته النقدية بأن يشتري السلعة بقيمة مقاربة لحاجته النقدية مع زيادة ثمنها ليغطي حاجته النقدية ويشترط أن لا يبيعها لمن اشتراها منه.²

تجدر الإشارة إلى أنه لم يتم التطرق إلى التعريف الاصطلاحي لمعنى التورق إلا عند الحنابلة والتي أوردت ضمن فتاوى ابن تيمية: "لو كان مقصود المشتري الدراهم وإتباع ذلك لأجل لبيعها ويأخذ ثمنها فهذا يسمى بالتورق".³

يجدر التنويه إلى أن التورق أجازته الفقهاء⁴ لأنه يحقق سيولة نقدية للبنوك الإسلامية والتي يحقق من خلالها هذا الأخير مقصداً شرعياً وهو التسهيل على العملاء للحصول على السلع التي لم يتمكنوا من دفع ثمنها نقداً فيتم شراءها على السلع التي لم يتمكنوا من دفع ثمنها نقداً فيتم شراءها عن طريق البنك وبيعها مرابحة (أرباح مشروعة).

التورق المعروف أيضاً باسم المrabحة العكسية وهي⁵: عملية شراء سلعة بسعر مؤجل يتم تحديده من خلال المساومة أو المrabحة (البيع الهامشي) وبيعها لطرف ثالث بسعر فوري للحصول على السيولة النقدية.

¹ البهوتي منصور بن إدریس، شرح منتهی الإرادات، عالم الكتب، ج2، لبنان، 1996، ص158.

² المنيع عبد الله بن سلمان، التأصيل الفقهي للتورق في ضوء الاحتياجات التمويلية المعاصرة، بحث مقدم في مؤتمر دور المؤسسات المصرفية الإسلامية في الاستثمار والتنمية، جامعة الشارقة، كلية الشريعة، الفترة: 1423/02/28-26هـ، ص168.

³ ابن تيمية، مجموع فتاوى ابن تيمية، مكتبة العبيكان، ط1، الرياض، 1997، ص29.

⁴ عبد الكريم محمد السروي، التورق، المصرفي، التكيف الشرعي والحكم الفقهي، مرجع سبق ذكره، ص15.

⁵ موقع: www.bibd.com تاريخ الاطلاع: 16-07-2022 الساعة: 22.00

و نجدها أيضا عندما يتم تطبيق ذلك على تسهيلات السحب على المكشوف، يمكن للعميل سحب أموال تزيد عن رصيد حسابه، يجوز للعميل استرداد أي أموال غير مسحوبة، يستخدم النقد عادة التمويل قصير الأجل.

2. تطبيق صيغة بيع التورق لدى البنوك الإسلامية بصيغة التقسيط:

إن الحاجة إلى النقد دون سلعة، يوجهنا إلى التعامل بالتورق مع البنوك الإسلامية، فيوفر البنك طريق شراء السلعة بثمن مؤجل أو بالتقسيط ثم بيعها للآخر نقدًا، ولا يكون ذلك غالبًا إلا عند الضرورة أو الحاجة.

ف يتم بيع التورق بالبنك الإسلامي على النحو الآتي:¹

إن عملية التورق هي قيام العميل الأصلي بتقديم الطلب للحصول على سيولة نقدية من البنك، فيقوم البنك بشراء كمية - بالجملة - من السلعة المطلوبة مخزنة في مستودع موثّق بورصة سوق السلع بشهادات صادرة من الجهة المخوّلة بذلك، وهذه الشهادة تحقق لشرط القبض التي تصدر الشركة البائعة شهادة تتضمن إقرارًا من الشركة البائعة بأن ملكية السلعة المشتراة هي منذ يوم الشراء، وتحديد مكان وجوده ثم يتصرف البنك بعد تمام امتلاكه للسلعة عن طريق بيعها لعملائه الذين يتقدمون بطلب الشراء منه وهو يبيع إليهم بربح محدد وبثمن مؤجل محدد مضافًا إليه الربح المتفق عليه مع العميل، وأن البنك يعرض شراءها بالتقسيط، ويتم إنقاص أي كمية تباع من رصيد البنك الذي يمتلكه من هذه السلعة، فيوافق العميل على ذلك العرض، حيث يقوم العميل بنفسه ببيع السلعة إلى طرف آخر أو يوكل البنك وهي وكالة بلا أجر و تكون ضمنية في العقد، مقتضاها قيام البنك - نيابة عنه - ببيع السلعة إلى طرف ثالث غير من اشتراها منه ويرغب في شرائها نقدًا، وقبض ثمنها ثم تزويده في حسابه وفق ما تمّ الاتفاق عليه، ثم يتم تحويل الثمن إلى حساب المصرف الذي يتولى قيده في حسابات العملاء بحسب مقدار الكمية والسعر الذي تم به البيع.

هذا بالنسبة لحالات بعض البنوك المعتمدة على البورصات (مخازن بورصة، سوق السلع) لعدم امتلاك البنك الصفة التي تخوله لامتلاك مخازن (لا يملك صفة التاجر) والتكليف الفقهي والشرعي يلزمه

¹ أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية، مرجع سابق، ص ص 140، 141.

بامتلاك ما يبيعه ليصبح البيع جائزاً، ففي حالات أخرى نجد أن البنوك تعتمد على أن تتم العملية في آن واحد الشراء والبيع وتقوم هي بدور الوسيط.

ثالثاً: الإجارة المنتهية بالتملك بصيغة البيع بالتقسيط:

تعد الإجارة المنتهية بالتملك من العقود المستجدة في المعاملات المالية الإسلامية، حيث أنه لم يتم ضبط تعريفها، وتعدد التسميات فمنهم من يطلق عليه اسم التمويل الإيجاري أو البيع الإيجاري¹، حيث تكون هناك رغبة من صاحب السلعة بالاحتفاظ بملكيتها حتى إكمال دفع الأقساط، و ذلك ضمن بيع التقسيط، وإن كان حق الملكية (ملكية السلعة) ينتقل للمشتري غير أنه يبقى شرط واقف حتى إتمام سداد الأقساط أي لا تجعل المشتري يملك حق التصرف فيما اشتراه، إضافة إلى أن المشتري في حال أفلس وبقي عليه أقساط تصبح ديناً عليه يزاحم فيه البائع سائر الدائنين فلا يملك الحق في التقليل أي لا يسترد المبيع²، فلذا نجد أن ضوابط بيع التقسيط ما أدت إلى الاتجاه نحو الإجارة المنتهية بالتملك.

1. تعريف الإجارة المنتهية بتملك:

أ. لغة:

تتكون من كلمتين الإجارة والتملك فالإجارة ؛ مشتقة من كلمة الأجر وهو مقابل العمل أو الجزاء عليه، والتملك لغة هو مصدر كلمة ملك ومعناه ما ملكت اليد من مال وكلتا الكلمتين لا يخرج معناهما اللغوي عن الاصطلاحي³.

ب. اصطلاحاً وفقهياً:

عرفت الإجارة المنتهية بالتملك عند الفقهاء على أنها: عقد بين طرفين يؤجر فيه أحدهما للآخر سلعة معينة مقابل أجره معينة يدفعها المستأجر على أقساط خلال مدة محددة، تنتقل ملكية السلعة للمستأجر عند سداده لآخر قسط بعقد جديد¹.

¹ حسن السيد حامد خطاب، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة دراسة فقهية مقارنة، مرجع سبق ذكره، ص 19.

² محمد يوسف عارف الحاج محمد خطاب، عقد الإجارة المنتهية بالتملك، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2003، ص 56.

³ ابن منظور، لسان العرب، مطبعة دار المعارف، المجلد 4، القاهرة، 2007، ص 3.

وتعرف كذلك على أنها: "عقد يضعه المتعاقدان على أنه عقد إيجار بحيث يتفقان بأن يقوم المستأجر بدفع الأجرة لمدة معينة ثم يتحول العقد إلى عقد بيع، وباعتبار الأجرة التي دفعت أقساطاً ثمناً للبيع، وتنتقل الملكية إلى المستأجر"².

و تعد الإجارة شكل من أشكال تمويل الدخل الثابت، حيث يعمل البنك دور المؤجر يحمل العقد خيارين إما وعد بالبيع أو خيار الشراء و شروط الدفع الايجاري واضحة في العقد³.

أي أن الإجارة المنتهية بالتملك هي عقد بين طرفين يؤجر فيه أحدهما سلعة معينة (آلة، عقار، سيارة...) مقابل أجرة يتم الدفع على أقساط متفرقة في مدة زمنية محددة، وعند سداد جميع الأقساط في نهاية المدة ينتهي عقد الإجارة يملك المستأجر السلعة بعقد جديد.

أما فيما يخص جوازها فهناك ضوابط لذلك:⁴

أ. ضابط المنع:

أن يرد عقدان مختلفان، في وقتان مختلفان (العقد بين البائع والمشتري الأول ومشتري ثاني)، أو في وقت واحد، على عين واحدة، في زمن واحد.

ب. ضابط الجواز:

و يحمل الشروط التالية:

- وجود عقدين منفصلين عن بعضهما، أي إبرام عقد البيع بعد عقد الإجارة، أو وجود وعد بالتملك في نهاية مدة الإجارة، والخيار يوازي الوعد في الأحكام.
- أن تكون الإجارة معلنا عنها وليست ساترة للبيع.

¹ خالد بن عبد الله بن براك الحافي، الإجارة المنتهية بالتملك في ضوء الفقه الإسلامي، ط2، جامعة الملك سعود الرياض، 1421هـ، ص60.

² توفيق حسين فرج، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1985، ص43.

³ Faiza Ben Abdelmoula, Les Déterminants D'octroi De Crédits Bancaires Aux Entreprises :Etude Comparative Entre La Banque Conventiennelle Et La Banque Islamique ,op.cit ,p39.

⁴ محمد بن سليمان بن عثمان المنيعي، الإجارة المنتهية بالتملك، دراسة فقهية مقارنة، مجلة العدل، وزارة العدل السعودية، العدد13، 1422هـ، ص ص 93، 94.

- أن يكون ضمان العين المؤجرة على المالك لا على المشتري أي ما يلحق العين لا ينشئ من تعدي المشتري أو تفريطه، ولا يلزم المشتري بشيء إذا فانت المنفعة.
 - إذا اشتمل العقد على تأمين العين المؤجرة فيجب أن يكون التأمين تكافلي إسلامي لا تجاري ويتحمله المالك المؤجر وليس المستأجر.
 - يجب أن تطبق على عقد الإجارة المنتهية بالتملك، أحكام الإجارة طوال مدة الإجارة وأحكام البيع عند تملك العين.
 - تكون نفقات الصيانة غير التشغيلية على المؤجر لا على المستأجر طوال مدة الإجارة.
- إن نظام عقد الإجارة المنتهية بالتملك أحد الصيغ التمويلية المستخدمة لتطوير وسائل الاستثمار وجرى تنظيم هذا الموضوع على مستوى البلدان العربية ففي عقود التأجير التمويلي تقوم الشركة بشراء الأصل وتملكه، ثم تقوم بنقل ملكيته إلى المستأجر الذي يستغله مقابل أقساط محددة يدفعها، أما التأجير التمويلي فهو المسمى القانوني، وعقود الإجارة المنتهية بالتملك هي المسماة في الشريعة الإسلامية.¹
- ويسمى في مراجع أخرى بالبيع الإيجاري والمقصود به بيع التقسيط، وهي رغبة صاحب السلعة في الاحتفاظ بملكيتها في الانتهاء من سداد الأقساط وفق شروط وضمانات محددة.²

2. تطبيق التمويل بصيغة التقسيط في الإجارة المنتهية بالتملك:

إن عقد الإجارة ثم البيع منتج مصرفي إسلامي في المصارف الإسلامية، فعقد الإجارة ثم البيع هما عقدان في أصلهما و لكن في صورة واحدة بعقد واحد و هو ما يسمى في عصرنا الحالي بالعقود المركبة، ولكن حقيقتهما في تطبيقهما هي الفصل بين العقدين، ويكون العقد فيهما عقد بيع التقسيط في أصله ولخوف البائع من عدم سداد الأقساط فيتم التسديد بالإجارة، وفي نهاية مدة الإجارة يعوض عقد البيع بعقد جديد لنقل ملكية السلعة إلى المستأجر ملكاً تاماً.

وصورته أن يضم عقد الإجارة وعقد البيع في وثيقة تجارية واحدة ولكنهما مستقلان في العمل، وذلك بأن يتم عقد الإجارة أولاً بسداد المستأجر الأقساط الإيجارية في مدة معلومة، وبعد تمامها يكون للمستأجر

¹ محمد عبد الله بريكان الرشدي، عقد الإجارة المنتهية بالتملك، دراسة مقارنة مع الشريعة الإسلامية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، تركيا، 2010، ص 196.

² حسن السيد حامد خطاب، بيع التقسيط وتطبيقاته، مرجع سبق ذكره، ص 21.

خيار في شراء العين المؤجرة بثمن متفق عليه، وتبين من هذه الصورة مفهوم الإجارة ثم البيع بأنه معلومة تشتمل على عقدين مستقلين يتوقف ثبوت خيار البيع للمستأجر على تمام الإجارة ثم التمليك أي بهذه الصورة تكون الصيغة في هذه الحالة بمعنى الترتيب بانتفاء المتقدم (الإجارة) قبل إثبات المتأخر (التمليك)¹.

يتم التعامل بهذا العقد في الدول الإسلامية من خلال المصارف الإسلامية التي جعلت الإيجار المنتهي بالتمليك جزءاً من العمليات الأساسية التي تقوم بها ومن البنوك الإسلامية التي طبقت هذا العقد و توسعت في ذلك بنك ماليزيا الإسلامي.

ومن جهة أخرى قام بنك مصر إيران للتنمية بالاشتراك مع هيئة التمويل الدولية، وشركة مالوفا كتشورز ليسنج الأمريكية في تأسيس شركة متخصصة في الإيجار المنتهي بالتمليك في مصر، وطبق هذا العقد أيضاً بيت التمويل الكويتي بدولة الكويت.

كما توسع البنك الإسلامي للتنمية في عقود الإيجار المنتهي بالتمليك وجعلها من العمليات الاستثمارية التي يقوم بها، حيث قام بتطبيق هذا العقد في عام 1397هـ، ومنذ تطبيق عقد الإيجار المنتهي بالتمليك إلى غاية 1410هـ استفاد من هذا العقد أكثر من عشرين دولة إسلامية، أما في المملكة العربية السعودية فلقي هذا العقد إقبالاً من البنوك والشركات في الوقت الحاضر².

رابعاً: المشاركة المتناقصة بصيغة البيع بالتقسيط:

المشاركة المتناقصة أحد الصيغ التمويلية الإسلامية وتعد كبديل تمويلي غير ربوي وتوجد لها عدة صور وتطبيقات في الواقع العملي وأكثرها انتشاراً هي اتفاق بين طرفين من خلاله يتنازل البنك عن حصته تدريجياً للعميل مقابل تسديد الثمن على أقساط (من العائد الذي يتحصل عليه أو موارد أخرى).

¹ أحمد المقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية ، مرجع سبق ذكره، ص 146، 147.

² خالد بن عبد الله بن براك الحافي، الإجارة المنتهية بالتمليك في ضوء الفقه الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

1. تعريف المشاركة المتناقصة:

أ. لغة:

المشاركة المتناقصة بمعنى الاختلاط، أما المقصود بالشركة: مخالطة الشريكين يُقال: اشترك، تشارك، فالشركة هي خلط الأملك العائدة لأطراف مختلفة.¹

ب. اصطلاحاً:

هي اختلاط مال طرفين مختلفين فلا يمكن التمييز عن بعضهما وبحسب المذاهب الأربعة نجد المعنى التالي:²

- **عند المالكية:** إذن كل واحد من المتشاركين لصحابه في أن يتصرف في المال لصاحبه مع تصرفهما لأنفسهما.
 - **عند الحنفية:** التشارك في رأس المال والربح.
 - **عند الشافعية:** ثبوت الحق في شيء لاثنتين فأكثر على جهة الشروع.
 - **عند الحنابلة:** الاجتماع في استحقاق أو تصرف.
- ووصف المشاركة المتناقصة، فهذا التناقص يحصل شيئاً فشيئاً ليقابله التملك تدريجياً، وأبرز فارق يقدمه هذا التمويل هو توفر عنصر التمليك أي انتقال الملكية إلى العميل والذي كان غرضه في العقد مجرد الحصول على تمويل.³

2. تطبيق المشاركة المتناقصة بصيغة بيع التقسيط:

هي نوع من المشاركات يحق للعميل كشريك أن يحل محل البنك في ملكية المشروع إما دفعة واحدة أو على دفعات بحسب الشروط المتفق عليها¹، ويتم وفق إجراءات حددها البنك.

¹ محمد رواس قلعة جي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس، ط3، بيروت، لبنان، 1431هـ، 2010، ص232.

² ساحر ناصر حمد الجبوري، إيمان عبد الله جاسم الجبوري، المشاركة في المصارف الإسلامية، مجلة العلوم الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة تكريت، العدد20، العراق، 1434هـ، ص353.

³ خالد بن محمد السيار، المشاركة المتناقصة لتمويل الأصول الثابتة، ورقة بحثية مقدمة بالمؤتمر الفقهي الثامن لشركة شوري للتدقيق الشرعي المنعقد في الكويت، 8-9 ديسمبر 2019، ص33.

يقدم البنك الإسلامي المشاركة المتناقصة² في التمويل الذي يرغب العميل به (تمويلات مختلفة نجدها خاصة في التمويل العقاري، أصل من الأصول).

وعليه فالبنك والعميل يتفقان على المشاركة في الشراء معاً والمشاركة في امتلاكه، وسيقوم كل من العميل والبنك بدفع سهم من خلال عقد المشاركة، ويقوم العميل عن طريق دفع إيداع، في حين يقوم البنك بدفع مبلغ التمويل المتبقي، وإلى جانب اتفاق الإيجار، يشترط البنك على العميل وعداً بشراء الأسهم المملوكة من قبل المصرف تدريجياً حتى يتم شراء أسهم البنك من قبل العميل خلال فترة التمويل.

وتوجد أشكال أخرى تنصب في المشاركة المتناقصة كصيغة الإجارة الموصوفة في الذمة المنتهية بالتمليك نجدها تخص تمويل العقارات قيد الإنشاء، فتطبق شروط الإجارة نفسها ما عدا كون العقار قيد الإنشاء وقت توقيع العقد من خلال هذه الصيغة يتولى البنك مسؤولية تحديد رزمة الدفعات التي يتوجب دفعها لمالك مشروع العقارات أو شركة المقاولات حيث يقوم بتسديد جميع هذه الدفعات مباشرة إلى صاحب مشروع خلال فترة البناء، وفي حين يجب على العميل دفع الاستئجار مقدماً للبنك خلال فترة الإنجاز والاتفاق التي هي نفسها فترة البناء، وبمجرد اكتمال البناء، يقوم البنك بتوقيع العقد مع العميل للبدء في المرحلة التالية من التمويل في صيغة الإجارة.

ونجد أن المشاركة المتناقصة محددة في المعايير الشرعية الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية أيوفي³ من خلال المعيار 12 (عن الشركة) وتحدث الفقرة 05 من هذا الأخير عن معيار المشاركة المتناقصة وإجراءاتها وهي تعهد أحد الشركاء بشراء حصة الآخر تدريجياً إلى أن يتم امتلاك المشروع كاملاً.

و الجدير بالذكر أن المشاركة المتناقصة تتدخل في تمويلات مختلفة والمقسمة في مراحل تمويلها مع تمويل بالإجارة.

¹ ناصر خليفة عبد المولى، محمد الصيرفي، البنوك الإسلامية المفهوم الإداري والمحاسبي، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2010، ص69.

² أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص152.

³ علي السرطاوي، التمويل بصيغة المشاركة المتناقصة، تكييفها وآثارها، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الفقهي الثامن لشركة شوري للتدقيق الشرعي المنعقد في الكويت، 8-9 ديسمبر 2019، ص7.

المطلب الثاني : صورة البيع بالتقسيط في بطاقات الدفع الائتماني:

نجد هذه المعاملة تنتشر بين الأفراد خصوصاً و هي أحد صور البيع بالتقسيط.

أولاً: بطاقات الدفع الائتماني:

يدخل هنا جميع البطاقات التي تعطي حامل البطاقة فرصة في تسديد ما يترتب عليه من أقساط مؤجلة دون زيادة ربوية، ويكون ذلك حسب اتفاق مسبق بين مصدر البطاقة وحاملها، يمنح فيه مصدر البطاقة لحاملها فترة زمنية مما يستوجب من حامل البطاقة تسديد كافة الأقساط المترتبة عليه.

و كمثال على بطاقات الدفع الائتماني والتي تعمل بهذا المنطلق بطاقة الشامل الائتمانية الإسلامية، التي تصدر من مصرف الشامل في مملكة البحرين والتي تعد بطاقة ائتمانية تقدم نفس الخدمات التي تقدمها البطاقات الائتمانية الأخرى، وبنك الشامل هو عضو في شركة (ماستر كارد) العالمية، وبطاقته مقبولة في كل الأجهزة التي تتعامل مع بطاقة (ماستر كارد) في جميع أنحاء العالم.

ومبدأ عمل هذه البطاقة أنها تقبل تقسيط مبلغ المشتريات التي تتم من خلالها لفترة تصل إلى اثني عشر شهراً كحد أقصى، دون أن يترتب على حامل البطاقة شيئاً من الفوائد الربوية المحرمة، أو الغرامات بسبب التأخر في تسديد المبلغ¹.

ثانياً: صورة الدفع بالتقسيط:

يتم التسديد من مصدر البطاقة والذي يقدم لحاملها ما يسمى بالتسهيلات في دفع قرضه، مؤجلاً على أقساط حسب المبلغ الإجمالي المطلوب منه، في صيغة قرض ممتد متجدد على فترات بعمولة محددة، وفي واقع الأمر هي ليست تسهيلات²، وقد يتخذ أسلوب الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقة الائتمانية أحد الاتجاهين:

- إما أن يكون دفعاً بالتقسيط متجدداً.
- وإما أن يكون دفعاً بالتقسيط ممتداً على فترات.

¹ عمر يوسف عبد الله عابنة، الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية، دراسة فقهية مقارنة، رسالة ماجستير تخصص الفقه والأصول، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، 2006، ص 85.

² عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية، دار القلم، ط2، دمشق، 2003، ص 66.

من خلال تعرفنا في هذا المبحث على صور التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط والتي تتداخل في مراحلها بحيث يكون من الصعب الجزم وتحديد طبيعة صيغة التمويل المعتمدة غير أنها ترتبطان بالتأجيل والدفع على أقساط لتتصب ضمن آلية البيع بالتقسيط، وتتكيف لتصبح شبيهة به غير أن البنوك الإسلامية تحددها في شكلها على أنها بيع بالتقسيط ضمن عقود مختلفة بشروط وإجراءات متعددة حسب حاجة البنك لذلك، وهذا ما تواجهه من مشاكل متعددة في التطبيق العملي لمثل هذه الصيغ التمويلية.

خلاصة الفصل الثاني :

و نخلص مما سبق أن البيع بالتقسيط هو أحد البيوع التي يعجل فيها تسليم المبيع مع تأجيل الثمن و دفعه على أقساط بأوقات معلومة، و لقد انتشر و توسع العمل به لما يحمله من مميزات و تحكمه شروط و ضوابط ينبغي الالتزام بها لعدم مواجهة مشاكل .

و نجد أن البنوك الإسلامية عملت على تطوير تطبيقات معاصرة و صيغ تمويل متعددة تنصب حول صيغة البيع بالتقسيط و العمل بها في القطاعات المختلفة، فنجحها يتوقف على عدم الاعتماد على التمويلات الربوية و انتشار أكبر لها و بصيغ مختلفة لما لها من آثار على الفرد و المجتمع .

الفصل الثالث:

واقع الصناعة السياحية في الجزائر

الفصل الثالث: واقع الصناعة السياحية في الجزائر

تمهيد:

كما سبق وتطرقنا في الجانب النظري من البحث أن السياحة ظاهرة قديمة قدم البشرية، لذلك لا يمكن ضبط بداية أكيدة لهذه الظاهرة، ومع ذلك يمكن ربطها بعصر النهضة في المجتمعات الأوروبية بما شهدته من تغيرات اجتماعية، وزراعية وصناعية وحضارية، والجزائر بحكم فترة استعمارها من دولة أوروبية (الاستعمار الفرنسي) فأغلب التغيرات التي برزت فيها كانت نتاجا من المستعمر المحتل، وحتى ظاهرة السياحة ظهرت فيها في تلك الحقبة.

ومرت بعدة تحولات ومراحل إضافة إلى موقع الجزائر كبلد من بلدان البحر الأبيض المتوسط، وما تمتلكه من إمكانيات طبيعية ومناطق جغرافية زاد من توسع النشاط السياحي فيها، وهذا ما سنبرزه من خلال هذا الفصل من مراحل مرت بها السياحة في الجزائر والمخططات والبرامج التي أنشأت والأجهزة التي تسهر على تنفيذ مختلف البرامج الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر.

وعليه قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر و الجهات المنظمة له.

المبحث الثاني: مؤشرات تنافسية الصناعة السياحية ومكانتها في الاقتصاد الوطني.

المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للصناعة السياحية وسياسات الدولة لترقيتها.

المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر والجهات المنظمة له

يعود ظهور السياحة في الجزائر للفترة الاستعمارية، حيث اكتشفت الإمكانيات السياحية الطبيعية من طرف السياح الأجانب خلال مرحلة الاحتلال، وتطورت هذه الظاهرة ومرت بمراحل مختلفة.

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة

ارتبط واقع السياحة بالمراحل التاريخية المختلفة التي مر بها تاريخ الجزائر، فظهور السياحة في الفترة الاستعمارية من خلال تأسيس المحتل الفرنسي للجنة الشتوية التي تنظم قوافل للسياحة الوافدة من أوروبا إلى الجزائر، ثم أنشئ الديوان الوطني للسياحة والاقتصادي لسنة 1931، ثم مرحلة ما بعد الاستقلال حيث تم إدراج السياحة الوطنية ضمن المخططات التنموية في ميثاق السياحة.

أولا: السياحة في الجزائر للفترة 1962-1966:

بعد الاستقلال وجدت الجزائر نفسها أمام سياحة ضعيفة، وتكاد تتعدم الهياكل السياحية بالمقارنة مع ما تملكه من مقومات طبيعية وتاريخية، كما وأن الجزائر في إعادة بنائها بعد الاحتلال ركزت على القطاعات الصناعية و الفلاحية ولم ترى في السياحة أولوية فلم يكن لها الشأن الكبير في الخطط التنموية وكذا قلة الإمكانيات المادية، ومع ذلك تم وضع برنامج في الفترة من 1962م إلى 1966 لتهيئة مناطق لتوسيع السياحة¹:

1. في الجهة الغربية تحديد بولاية وهران تم إنشاء فندق الأندلسيات؛
 2. في الجهة الشرقية فندقين (فندق بولاية عنابة سيرايدي، وفندق بالقالة)؛
 3. في الجهة الغربية لولاية الجزائر العاصمة، إنشاء مركب موريتي ومركب سيدي فرج بتيبازة.
- و كان الهدف من إنشاء هذه المرافق في المناطق الكبرى من الوطن هو الاستفادة منها خاصة في الملتقيات والمؤتمرات، وتم إنشاء الديوان الوطني للسياحة سنة 1962 تحت إشراف وزارة الشباب

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013، ص71.

والرياضة والسياحة آنذاك، وفي سنة 1964 وكاهتمام بالسياحة تم إنشاء وزارة السياحة والوكالة السياحية الجزائرية .

نجد أن هذه المرحلة لم يكن الاهتمام بالسياحة من أولويات الجزائر وذلك راجع لأسباب عديدة أهمها:¹

1. نظرة الجزائر للنشاط السياح على أنه ثانوي؛
 2. نقص الكفاءات والإطارات لعدم وجود معاهد وطنية أو تكوينات في المجال السياحي؛
 3. قلة الهياكل السياحية و البنية التحتية من وسائل الترفيه والراحة والنقل؛
 4. قلة شبكة المواصلات؛
 5. انعدام وسائل الترويج السياحي وقلة الوكالات السياحية.
- وفي سنة 1966 وضعت سياسة تنمية للسياحة تم التركيز على التوجهات الأساسية التالية:²
1. الاعتماد على النشاط السياحي في خلق مناصب عمل وإدماج الجزائر في السوق الدولية والحصول على العملة الصعبة؛
 2. مركزية استثمارات القطاع السياحي؛
 3. وضع برنامج تكويني يختص بالقطاع الفندقي والسياحي.

ثانيا: السياحة في الجزائر للفترة 1967-1978:

تم خلال هذه الفترة إدراج القطاع السياحي ضمن مخططات التنمية، وإنجاز استغلال الهياكل السياحية بحسب مخططات تنمية و الموضوع في برامج من خلال:³

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، مرجع سابق، ص72.

² عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014-2015، ص116.

³ بديعة بوعقلين، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي دراسة حالة ولاية تيبازة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 1995-1996، ص57.

1. المخطط الثلاثي (1967-1969):

ضمن هذا المخطط تم برمجة القطاع السياحي وتخصيص 282 مليون دينار جزائري للاستثمارات السياحية،¹ وتم التركيز على نوعين من السياحة و هي : الشاطئية والصحراوية.

2. المخطط الرباعي الأول (1970-1973):

تم الاهتمام بالجانب التكويني، وذلك من خلال ظهور العديد من المعاهد والمدارس المختصة في الفنادق والسياحة في كل من تيزي وزو، المسيلة (بوسعادة)، الجزائر العاصمة، وهران، من أجل توفير يد عاملة مؤهلة وإطارات ذات كفاءة عالية في المجال السياحي.

وتخصيص غطاء مالي للقطاع يقدر بحوالي 700 مليون دينار جزائري، وتم إعادة تهيئة نادي الصنوبر البحري والفنادق الحضرية، كما تم التركيز على السياحة الحموية بتخصيص ميزانية قدرت بـ 120 مليون دينار جزائري (إنجاز ثمانية حمامات معدنية).

3. المخطط الرباعي الثاني (1974-1977):

خصص في هذا المخطط إتمام توجيهات الموضوعات ضمن المخططات السابقة ومتابعتها (توسيع شبكة الفنادق الصحراوية ومتابعة سلسلة الفنادق الحضرية ومتطلباتها الجديدة). كما وشمل المخطط تغيرات تنظيمية للقطاع السياحي كما يلي:²

1 . إلحاق المصالح التجارية (SONATOUR) بالوكالة التجارية (DTA)،

2 . إنشاء الوكالة الوطنية للسياحة (SONATOUR) سنة 1976 .

3 . إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية .

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص73.

² عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، نفس المرجع، ص73.

نجد من خلال هذه المرحلة أنه تم وضع سياسات للسياحة في الجزائر مع بداية بناء الجزائر بعد الاستقلال، حيث وإن خُطت خطوات بسيطة في القطاع السياحي غير أنها تعتبر الأساس وتم رسم ملامح للسياحة في الجزائر.

ثالثاً: السياحة في الجزائر للفترة 1980-1989:

ما تميزت به هذه المرحلة في الخروج من مركزية الاستثمارات السياحية، وإدخال القطاع الخاص من خلال عدة مخططات و هي¹:

1. المخطط الخماسي الأول (1980-1984):

خصص غلاف مالي قدر بـ 3400 مليون دينار جزائري وتطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية موزعة على المناطق الشرقية والغربية ومنطقة الوسط أي أن الهدف هو التركيز على السياحة الداخلية. و تم استحداث مناصب عمل جديدة وتخصيص فنادق حضرية في المدن التي لم تستفد من الاستثمارات سابقاً، تجديد المنشآت السياحية، متابعة وتوسيع المخيمات السياحية.

2. المخطط الخماسي الثاني (1985-1989):

تم تخصيص ميزانية 3500 مليون دينار جزائري لتغطية الاستثمارات السياحية والأعمال التي تقرر إنجازها وتم التركيز على متابعة السياسات المنتهجة في التهيئة السياحية، وكذا تطوير الحمامات المعدنية والاستفادة من المخزون الحموي الذي لا يستهان به، وتوسيع أكبر للمساحات المخصصة للتخييم بأقل التكاليف و بذلك يكون هناك تنويع في متعاملي القطاع السياحي.

رابعاً: السياحة في الجزائر ما بعد 1990 (ما بعد مخططات التنمية):

من خلال عرضنا للسياحة في الجزائر من خلال مخططات التنمية، نجد أنه لم تتجسد أية ملامح لترسيخ السياحة وتنميتها، فانتهجت الجزائر سياسة سياحية بإطلاق التنافس بين القطاع العام والخاص في

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 74 .

المجال السياحي من خلال:¹

1. القطاع العام:

تشرف عليه وزارة السياحة من متابعة ومراقبة ووضع سياسة وطنية للقطاع السياحي بمختلف اتجاهاته وفقا لما هو معمول به من قوانين، كما وتضع إستراتيجيات وسياسات في المجال السياحي ومراقبة المنتوجات السياحية و حمايتها.

وقد احتوى القطاع السياحي على المؤسسات السياحية التالية:

- أ. الديوان الوطني للسياحة.
 - ب. الوكالة الوطنية للتنمية السياحية.
 - ت. الوكالة الوطنية للصناعات التقليدية.
 - ث. المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية.
 - ج. النادي الوطني السياحي الجزائري.
- إضافة إلى 03 مؤسسات تكوينية 500 وكالة سياحة وسفر معتمدة من الديوان الوطني للسياحة.

2. القطاع الخاص:

استحوذ القطاع العام على أغلب الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي (المتتمثلة في المؤسسات العمومية والجماعات المحلية)، ووضعت الوزارة برنامجا لتدعيم القطاع الخاص مع نهاية 1989 ليضم مشاريع سياحية في مختلف ولايات الوطن إلى غاية سنة 2000.

¹ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري، مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره ، ص116.

المطلب الثاني : الإمكانيات السياحية في الجزائر

تتوفر الجزائر وتتنوع إمكانياتها السياحية، من طبيعية وتاريخية وإمكانيات حضارية، إضافة إلى الخدمات التي يقدمها القطاع السياحي، وتتمثل الإمكانيات السياحية فيما يلي:

أولاً: الإمكانيات الطبيعية:

تتلخص الإمكانيات الطبيعية في الموقع الجغرافي، التضاريس، المناطق الصحراوية، والساحل المناخ، والمقومات الحموية.

1. الموقع الجغرافي:

يؤثر الموقع الجغرافي على السياحة فيدفعها إلى الحركة، كلما كان الموقع قريباً من الاستقبال وضمن مناطق العرض السياحي وكذلك كلما كان قرب الجذب السياحي من البلدان المصدرة للسياحة والترفيه فكلما كان الموقع قريباً من المواقع السياحية أمكن الوصول إليه بسرعة وبتكاليف أقل وبالتالي يزيد الإقبال عليه، فالجزائر تقع في شمال قارة إفريقيا، حيث تبلغ مساحتها 2381741 كلم²، وهي أكبر بلدان المغرب العربي الكبير مساحة¹. وتتوسطها بحيث يحدها من الشمال البحر الأبيض ومن الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب المغرب وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي².

2. التضاريس:

تمتاز تضاريس الجزائر بالتباين من ناحية الامتداد، فتمتد على طول الساحل المتوسطي والمقدر بـ1644 كلم، ثم تأتي سهول التل الجزائري والتي عبارة عن هضاب متتالية ومعظم أراضيها زراعية، ثم يليها حزام جبلي يضم سلسلة جبال الأطلس التلي والصحراوي وكذا مرتفعات الأوراس وتحتوي على

¹ Office nationale du tourisme, Algérie carte touristique sur le site : <https://ont.dz/> consulté le :16-07-2021 .

² بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح الجزائريين، أطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة البليدة 2 ، البليدة ، 2017-2018، ص288.

منطقة شاسعة ومرتفعة تُعرف بالهضاب العليا، وتمتاز أراضيها بالجفاف وتوجد بحيرات مالحة تسمى الشطوط.¹

3. المناطق الصحراوية:

والتي تشغل مساحة مقدرة بمليونين كلم² و هي 80% من المساحة الكلية للجزائر، ويمكن تقسيمها إلى خمس مناطق²:

- أ. منطقة غرداية (ميزاب): صنفت معالم هذه المنطقة ضمن المعالم المعمارية والثقافية والتاريخية العالمية من أهم مدنها بني يزقن، كما تحتوي على مجموعة هائلة من بساتين النخيل.
- ب. منطقة أدرار: تعرف هذه المنطقة بوجود القلاع القديمة وتعدد الثقافات فيها.
- ت. منطقة إليزي: تعرف كذلك بالحظيرة الوطنية للطاسيلي، صنفت سنة 1982 من طرف اليونسكو كتراث عالمي، إذ تحتوي كل المؤهلات الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تجعلها منطقة سياحية بامتياز إذ تحتوي على متاحف طبيعية يتضمنها 1500 رسم ونقوشات على الحجارة.
- ث. منطقة تندوف: تتربع هذه المنطقة على مساحة قدرها 168000 كلم² وكثافة سكانية قدرها 2300 نسمة يتوزعون على القصور القديمة، فتجدها تشبه المتحف المفتوح.
- ج. منطقة تمنراست: أو ما تسمى الهقار مساحتها بلغت 1140000 هكتار ولقد أنشأت الحظيرة الوطنية للهقار سنة 1986، وتتميز بتضاريس وثروة حيوانية ونباتية والنقوش التي تعبر عن الأزمنة العابرة و تحمل مميزات السياحة الحقيقية.

4. الشريط الساحلي³:

يبلغ طول الساحل الجزائري 1644 كلم أي تجاوز الرقم الموروث من الاستعمار الفرنسي¹ على أنه 1200 كلم، بحيث تبلغ مساحة اليابسة منه 3229.41 كلم² ومساحته البحرية² 31927.41 كلم²، وينقسم إلى المناطق التالية:³

¹ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره، ص153.

² بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات رؤية استكشافية وإحصائية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد66، تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ربيع 2014، ص11.

³ www.algerie-monde.com, algerie,les parcs consulté le :16-07-2021.

أ. منطقة القالة: تحتوي على غابات وبحيرات ونظام بيئي فريد من نوعه، وثروة حيوانية، ومائية هائلة.

ب. الحظيرة الساحلية قورايا: متواجدة بولاية بجاية على مساحة 10 كلم من الساحل.

ت. حظيرة تازة: تعد مساحة بحرية متواجدة بتقزيرت بمنطقة القبائل تشغل 300 هكتار.

ث. الحظيرة الوطنية للشناوة: تشغل مساحة 500 هكتار بالإضافة إلى جبل شناوة ومجموعة جزر صغيرة.

5. المناخ:

تتمتع الجزائر بمناخ متوسطي (مناخ البحر الأبيض المتوسط)، ومناخ شبه القاري (شبه جاف) بمناطق الهضاب العليا، ومناخ جاف (المناخ الصحراوي) يخص المناطق الجنوبية و يفصل فيه في مايلي:⁴

أ. المناخ المتوسطي: يخض مناطق الساحل من الشرق إلى الغرب ويتميز بدرجة حرارة متوسطة في فصل الخريف أما فصل الصيف يمتاز بالحرارة والرطوبة.

ب. المناخ شبه الجاف: نجده في مناطق الهضاب العليا حيث يمتاز بموسمه الطويل والبارد وكذلك ارتفاع الرطوبة فيه من فصل الخريف إلى فصل الربيع، أما باقي السنة يمتاز بالحرارة والجفاف.

ت. المناخ الجاف: ويخص مناطق الجنوب والواحات، وهو مناخ صحراوي يمتاز بالحرارة على طول السنة وتبلغ درجات الحرارة فيه معدلات عالية من شهر ماي إلى سبتمبر أي موسم طويل وحار، مما يستحسن حركة السياح في فصل الشتاء.

فتكون حركة السياحة بحسب المناخ، ونظر لاختلافه، وامتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء، ساهم في تواجد مختلف أنواع السياحة موزعة على مختلف فصول السنة، مما عكس الغطاء

¹ www.wikipedia.ar.org

² بوبكر بداش، ، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات رؤية استكشافية وإحصائية، مرجع سبق ذكره، ص 10.

³ بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح ، مرجع سبق ذكره، ص 290.

⁴ www.wikipedia.ar.org

النباتي بحسب التربة على أراضي الجزائر، كما أنها تتوفر على حوالي 3300 صنف من أصناف النباتات المختلفة¹.

6. المقومات الحموية:

تشمل الحمامات المعدنية والينابيع الحارة، بحيث اكتشف الإنسان منذ القدم أهمية السياحة العلاجية سواء لطالبي العلاج بالينابيع المعدنية، أو الأصحاء الراغبين في الراحة والمتعة.²

تم وضع مخطط وطني والذي أشرفت عليه المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET) من منح المستثمرين الخواص والأجانب من استغلال 202 منبع معدني تتركز أغلبها بشمال البلاد وموزعة كالآتي:³

1. 136 منبع ذو أهمية محلية؛

2. 55 منبع ذو أهمية جهوية؛

3. 11 منبع ذو أهمية وطنية؛

ولقد تطورت الحمامات المعدنية، بحيث تدير الشركة الجزائرية للحمامات المعدنية 08 محطات معدنية تحتوي كافة التجهيزات الطبية تحت إشراف طبي مؤهل وتتمثل في⁴:

1. حمام بوغرة بولاية تلمسان؛

2. حمام بوججر بولاية عين تيموشنت؛

3. حمام بوحيفة ولاية معسكر؛

4. حمام ريغة بولاية عين الدفلى؛

5. حمام القرقور بولاية سطيف؛

¹ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره، ص154.

² عادل الطاهر، السياحة (ماضيها، حاضرها ومستقبلها)، منشورات الإتحاد العربي للسياحة، مصر، 1994، ص62.

³ بوبكر بداش، ، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات، رؤية استكشافية وإحصائية، مرجع سبق ذكره، ص11

⁴ بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح ، مرجع سبق ذكره، ص291.

6. حمام الصالحين بولاية بسكرة؛

7. حمام ربي بولاية سعيدة؛

8. حمام المسخوطين بولاية قالمة.

وهناك العديد من المحطات الحموية المحلية المستغلة بطريقة تقليدية مؤجرة عن طريق البلديات للخواص والتي لا تقل أهمية عن المحطات الكبرى، إذ تتوفر على إمكانيات تتمثل في الينابيع المعدنية ذات الخصائص العلاجية، فالمخزون الحموي يمثل ثروة ما أن يتم استغلاله والاستثمار فيه.

هذا فيما يخص الإمكانيات الطبيعية و سوف نفصل فيها لاحقا كمنتجات سياحية لا يستهان بها .

ثانيا: الإمكانيات الحضارية والتاريخية:

تتميز الجزائر بموارد ثقافية وحضارية تاريخية ودينية متميزة ومتنوعة، بحيث توالى عليها حضارات عديدة فينيقية و قرطاجية، وكذلك الحضارة الرومانية و الوندالية والبيزنطية وصولا إلى الحضارة الإسلامية والتي شهدت كل من الخلافة الفاطمية (بنو حماد)، وكذلك الحضارة الأندلسية (المرابطون)، والخلافة العثمانية¹

1. المعالم الأثرية:

نجد المعالم الأثرية و التي تعد من التراث العالمي وتتمثل في²:

أ. وادي ميزاب:

والذي يقع في شمال الصحراء الإفريقية الكبرى، عبارة عن هضبة كلسية صخرية، وتسمى كذلك بالشبكة نظرا لوجود شبكة أودية والتي تنتهي عند بحيرة شمال غرب مدينة وارجلان، ناهيك عن هندسة العمران التي بنيت بالمنطقة على جبال وعرة بطريقة فنية.

ب. منطقة الطاسيلي والهقار:

والتي تقع بمدينة تمنراست وتحتوي على الحفريات التي تواجد بها الإنسان منذ آلاف السنين إضافة إلى الصور المنقوشة على الصخور وأشكال ورسوم وغيرها من الأفاريز الحية من الصخور.

¹ www.wikipedia.ar.org

² بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح، مرجع سبق ذكره، ص 294، 295.

ت. حي القصبة في الجزائر العاصمة:

بنيت في العهد الروماني على يد الأمير بولوغين بن زبيدي بن مناد الصنهاجي، إذ تحتوي على آثار وقصور ذات تصاميم غاية في الجمال على الرغم من تعرضها للنهب والتهديم خلال فترة الاستعمار إضافة إلى الفيضانات والزلازل التي مرت بها الجزائر.

ث. تيبازة:

المدينة التي أسسها الفينيقيون بحيث كانت ممر بين مدينتي 'إيكوزيوم' (الجزائر) و'إيول' (شرشال) ثم تحولت إلى مستعمرة رومانية تتبع 'لاتيوم' (المنطقة الغربية الوسطى لإيطاليا).

ج. جميلة:

تبعد عن مدينة سطيف بـ 50 كلم، تم تأسيسها على يد الإمبراطور الروماني 'ترفا ترجان'، وتوسعت في القرنين الثاني والرابع ميلاد، تحتوي العديد من الآثار الرومانية.

ح. قلعة بني حماد:

تتواجد القلعة شمال شرق مدينة المسيلة على بعد 36 كلم، إذ كانت العاصمة الأولى للحماديين قبل مدينة بجاية، تأسست سنة 1007، وتحضن القلعة جبال الحضنة وتحيط بها.

خ. تيمقاد :

هي مدينة رومانية تتواجد بمدينة باتنة، بنيت على أساس أنها مدينة دفاعية، ثم تحولت إلى مركز حضاري إذ تعد المدينة الوحيدة التي حافظت على هيئتها الرومانية في إفريقيا.

إضافة إلى المناطق الأثرية التي تزخر بها البلاد هناك المتاحف و تعد من الإمكانات التاريخية والأثرية.

2. المتاحف:

تتنوع بالجزائر متاحف مختلفة تعبر عن مواضيع أثرية وفنية وطبيعية وحتى صناعات تقليدية ونجدها تجسد عمق التاريخ وتتمثل هذه المتاحف في¹:

¹ مالكي زوهير، مكتبات المتاحف الوطنية الجزائرية شروط وإمكانات الربط على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، تخصص التكنولوجيا الحديثة للتوثيق والأرشيف، كلية العلوم الإنسانية، جامعة وهران، 2008-2009، ص40.

أ. المتحف الوطني للآثار القديمة:

يتواجد بحديقة الحرية بالجزائر والذي أنشأ سنة 1897، يضم تشكيلة أثرية تعود لأزيد من 2000 سنة قبل الميلاد يضم في تفاصيله العديد من الحضارات (الرومانية، البيزنطية، والعربية الإسلامية).

ب. المتحف الوطني للفنون والتقاليد الشعبية:

يعد أحد القصور العثمانية الذي اشتراه مصطفى باشا لابنته الذي سمي عليها قصر خداج العمياء لكن في الأصل بناه أحد رياس البحر العثمانيين يسمى 'يحي راييس'، وذلك سنة 1570 وفي سنة 1947 حول إلى متحف يخص الصناعات والحرف التقليدية، يقع في الجهة السفلية من حي القصبة.

ت. المتحف الوطني باردو:

بني في القرن 18م من طرف الأمير التونسي المنفي إلى الجزائر 'مصطفى بن عمر' عبارة عن قصر وتم تحويله إلى متحف سنة 1930 يضم مجموعة كبيرة من متعلقات الملكة تينهيان.

ث. المتحف الوطني للفنون الجميلة:

افتتح سنة 1930، ويضم مجموعات متحفية تم اقتناؤها منذ سنة 1831، ويعد أكبر متحف بإفريقيا والعالم العربي، ويضم أهم اللوحات الفنية لكبار الفنانين مثل: فرمتان، بيكاسو وماتيس كما يضم أروقة مخصصة للفن الجزائري المعاصر.

ج. المتحف الوطني سيرتا:

أُفتتح سنة 1931، يتواجد بولاية قسنطينة وكان يطلق عليه اسم 'فيستاف مارسى'، وهو متحف خاص بالآثار القديمة، وبعد الاستقلال حول إلى متحف بلدي لمدينة قسنطينة.

ح. المتحف الوطني أحمد زبانه:

يقع بولاية وهران وتم افتتاحه رسميا سنة 1933، أطلق عليه متحف 'دومايت' وهو المتحف الوحيد متعدد التخصصات، يحفظ مجموعات أثرية لما قبل التاريخ.

خ. المتحف الوطني للآثار لمدينة سطيف:

يعد أول متحف شيد بعد الاستقلال أفتتح سنة 1985، يحتوي على كل المواصفات التقنية والعلمية الخاصة بالعرض، الصيانة والحفظ ويضم آثار تخص فترات ما قبل التاريخ لمنطقة 'عين لحنش'، والفترة الرومانية لموقع 'جميلة'، والمسكوكات المكتشفة بمنطقة بني حماد.

د. المتحف الوطني نصر الدين ديني:

يقع بمدينة بوسعادة والذي سمي نسبة إلى المستشرق 'ألفنس إتيان ديني' الذي اعتنق الإسلام و تغير اسمه إلى 'نصر الدين ديني' وأنشأ سنة 1993، والذي اختص بجمع كل متعلقات حياة نصر الدين ديني وآثاره.

ذ. متحف تنس (متحف الأصنام):

يتواجد بولاية الشلف ويسمى دار البارود، أنشأ سنة 1847، بأمر من الجنرال الفرنسي كافينياك بغية تخزين الأسلحة والبارود للحمالات العسكرية الفرنسية ويضم أكثر من 1000 نوع من مقتنيات ومخلفات عسكرية و حضارية¹.

ر. متحف بن ورثيلان:

تأسس في 20 أوت 2018 متواجد بولاية سطيف، ببلدية بني ورثيلان تبعد بـ80 كلم شمال سطيف².

ز. المتحف العمومي الوطني بالمنية:

تأسس المتحف سنة 1997 و الذي يقع بولاية غرداية يختص بفترة ما قبل التاريخ والأزمنة الجيولوجية و واثوغرافيا (أهم معروضاته بقايا عظام الديناصورات)، وأدوات حجرية للعصور الحجرية.

إضافة إلى أن هناك متاحف ولائية متواجدة بولايات الوطن، متحف المجاهد، ومتاحف أثرية بلدية وعمومية، ترسخ معالم تاريخية وأثرية تخص الحضارات والحقب الزمنية التي تخص الحضارات القديمة.

فمن خلال ما تم عرضه من امتيازات طبيعية والموروث الحضاري والثقافي التاريخي وجب الاهتمام بالقطاع الخدمي والبنية التحتية كمتطلب من متطلبات الصناعة السياحية، وكذا الاهتمام بالإطار

¹ www.wikipedia.ar.org

² www.wikipedia.ar.org

التنظيمي للممارسات السياحية والمؤسسات العمومية السياحية وكذا قطاع الاتصال والفندقة وهذا ما سنتناوله في العنصرين المواليين من البحث.

ثالثا: الإمكانيات المادية:

يعد القطاع الخدمي في مجال السياحة أحد أهم العوامل الأساسية والضرورية لتنشيط الطلب السياحي وهي توفير مختلف المرافق التي يحتاجها السائح من تأمين المبيت والإطعام، وخدمات النقل بأنواعه وشبكة الاتصالات وقدرات الاستقبال كما أن للقطاع جهات تنظيمية وهياكل مسؤولة عن تنشيط القطاع والسهر والعمل على ترقية الصناعة السياحية.

1. البنية التحتية:

أحد أهم عوامل التنمية السياحية، والتي تعرض إمكانيات النقل والاتصالات في الجزائر كغيرها من البلدان ونظرا لشاعتها ومناطق الجذب السياحي التي تتوفر عليها (إضافة إلى التطور الحاصل في وسائل المواصلات والاتصال)، حيث تم تجسيد شبكة النقل بأنواعها، وعملت على تحسين شبكة الاتصالات.

أ. شبكة النقل البري:

و تنقسم إلى شبكة النقل الطرقي و النقل بالسكة الحديدية:

- النقل الطرقي :

تتوفر الجزائر على شبكة نقل بري تعد الأكثر كثافة في القارة الإفريقية،¹ وبلغ طول شبكة الطرقات الوطنية 112696 كلم، مقسمة بين طرقات وطنية و ولائية، بلدية وطرقات حضرية تعد ثانوية.

وتم تطوير هذه الشبكات ليصل طولها إلى 180039 كلم تشمل الطرق الوطنية بطول وصل إلى 29147 كلم وطرقات ولائية بطول 23888 كلم وطرقات بلدية تبلغ 59004 كلم أما الطرق الحضرية وصل

¹ بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح ، مرجع سبق ذكره،

طولها إلى 68000 كلم، وأنجزت عدة مشاريع فيما يخص إنجاز الطرقات، الطريق السيار شرق-غرب، طريق الساحل، الطريق العريض للهضاب العليا، طريق المواصلات الكبير شمال-جنوب.¹

- شبكة النقل بالسكك الحديدية:

تنتشر شبكة السكة الحديدية في الجزائر بطول 2150 كلم، وتم كهربة بعض المقاطع لوضع القطارات ذات السرعة الفائقة، ويتم تسييرها من طرف شركة النقل للسكك الحديدية²، وتشمل هذه الشبكة 200

محطة تتمركز في الشمال وموزعة كآلاتي³:

- 299 كلم سكك مكهربة؛
- 305 سكك مزدوجة؛
- 1085 سكك ضعيفة.

إضافة إلى شبكات النقل السابقة فإن الجزائر اعتمدت تطوير وسائل النقل البري، إذ يعد ميٹرو الجزائر والذي افتتح بتاريخ: 31 أكتوبر 2012 الأول في المغرب العربي بحيث بلغ طوله 9 كلم بـ10 محطات وأنفاق متميزة ومجهزة بكافة إجراءات السلامة وتم تسييره من طرف شركة (RATP)،⁴ وهناك مشاريع توسيع ميٹرو الجزائر وإنجاز ميٹرو وهران.

وكذلك ترامواي الجزائر يعد نظام نقل جماعي داخل مدينة الجزائر المنجز من خلال المخطط الخماسي (2010-2014) فخلال سنة 2012 بـخط يقدر بـ16.2 كلم و28 محطة وتم توسعة ليشمل 23 كلم و38 محطة، وفي سنة 2015 تم افتتاح ترامواي قسنطينة بمسار خط يشمل 9 كلم و10 محطات.

¹ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره، ص154.

² شركة النقل للسكك الحديدية: www.snff.dz تاريخ الاطلاع : 2021-07-11

³ سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جوان 2017، ص51.

⁴ نفس المرجع، ص51.

ب. شبكة النقل الجوي:

يعد النقل الجوي المفصل والأسرع بالنسبة لغالبية السياح داخليا وخارجيا، حيث شهد تطور ملحوظ إذ تم إنجاز 53 مطار على مستوى الوطن متمركزة في ولايات الجنوب منها:¹

أ. 12 مطار دولي مقسمة بين 05 مطارات من الدرجة الأولى (الجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة، غرداية)، و 07 مطارات درجة ثانية (حاسي مسعود، عين أميناس، تلمسان، تيارت، أدرار، تبسة، تمنراست).

ب. 08 مطارات وطنية موزعة على (بشار، بجاية، الوادي، ورقلة، عين صالح، جانت، بسكرة، إيزي).

ت. 14 مطار جهوي موزع على عدة مناطق في ولايات الوطن.

ث. 19 مطار محدود الاستعمال، 04 منها تستخدم للبحث والاستغلال في قطاع المناجم والمحروقات.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض الشركات الأجنبية تخدم الجزائر كالخطوط الجوية البريطانية، تونس للطيران، الخطوط الجوية المغربية والتي أغلقت مؤخرا بسبب توتر العلاقات مع دولة المغرب.

ت. شبكة النقل البحري:

تشتمل على 13 ميناء متعددة الاختصاصات كالتجارة والصيد البحري، موزعة على الشريط الساحلي² إضافة إلى مينائين متخصصين في قطاع المحروقات،³ والعديد من الموانئ الصغيرة المستخدمة في الصيد والترفيه، وتحتوي على حجرات الحراسة والملاحة البحرية والدفاع الساحلي، فمعظم المعاملات والمبادلات التجارية الدولية للجزائر تتم عن طريق النقل البحري عن طريق مؤسسات تختص في نقل السلع، والهيدروكربونات .

¹ نفس المرجع، ص 155.

² بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح ، مرجع سبق ذكره، ص 296.

³ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره، ص 156.

وتوجد ستة محطات بحرية بكل من الجزائر العاصمة بها اثنان، وهران، عنابة، الغزوات، سكيكدة، و12 ميناء مستغل من مؤسسات النقل البحري (صناعية، تجارية، عمومية وخاصة) أهمها¹:

أ. المؤسسة الوطنية للبحرية.

ب. المؤسسة الوطنية للنقل البحري.

ت. المؤسسة الوطنية للتسيير البحري.

إضافة إلى استحداث خط بحري لترقية ونقل المسافرين الجزائر - جيجل.

ث. الاتصالات:

تمتاز شبكة الاتصالات في الجزائر سواء السلكية أو اللاسلكية بتقديم خدمات محلية دولية ووطنية متميزة، والتي تم وصلها بكوابل تحت البحر مع فرنسا، إيطاليا والمغرب وتونس².

أما الشبكة الهاتفية فتغطي أغلب التراب الوطني وتسير من قبل اتصالات الجزائر، إضافة إلى شبكة الهاتف النقال ونجد المنافسة بين ثلاث متعاملين: موبيليس، جيزي ونجمة، والتي توفر عدة خدمات بإجراء مكالمات هاتفية أو استخدام شبكة الانترنت، بتكنولوجيا الجيل الثالث (3G) منذ سنة 2014 و إطلاق تقنية الجيل الرابع (4G) منذ سنة 2016، والذي سهل الحياة سواء للأفراد أو المؤسسات³.

وكذا الاتصال عبر الساتل بإنشاء مجموعة أراضيات توفر خدمات عبر الساتل من تحديد الموقع الجغرافي (GPRS) أو مؤتمرات الفيديو (VSAT ، IP phone)⁴.

كل ماسبق التطرق له من بنية تحتية تحتاج بطبيعة الحال إلى شبكة كهرباء وغاز ومياه، إذا تدخل في أي مشروع، و التي تسعى الدولة جاهدة لتوفيرها.

2. الفنادق وأماكن الإيواء:

¹ نفس المرجع ، ص156.

² عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره ، ص158.

³ بوكريف زهير ، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح ، مرجع سبق ذكره، ص296.

⁴ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، أنظر الموقع : www.andi.dz تاريخ الاطلاع : 2021-04-22.

تتوفر الجزائر على العديد من المؤسسات الفندقية ومصنفة بحسب عدد النجوم والتي سجلت تزايداً مستمراً، ونلاحظ سيطرة الصنف الثالث على أغلب الفنادق مقارنة بالأصناف الأخرى والتي تتميز بمعامل راحة مقبول الذي يستخدم لقياس نوعية الخدمات المقدمة للسائح¹ (تم التطرق لها في الفصل الأول بمعامل الراحة comfort index).

و قد بلغت المؤسسات الفندقية خلال السنة الجارية 1502 فندق وعدد أسرة 132266 سرير، ولاحقاً سيتم التفصيل فيها.

المطلب الثالث: الهياكل التنظيمية للسياحة في الجزائر

يخضع القطاع السياحي في الجزائر لتشريعات مختلفة ومتواجدة في الجرائد الرسمية،² بحيث تحدد الإطار القانوني للقطاع والذي يسعى للمحافظة على المؤهلات التي تزخر بها البلاد والتي من خلالها تسعى الجزائر إلى ترقية الصناعة السياحية ونجد أن وزارة السياحة والصناعات التقليدية هي التي تشرف على القطاع السياحي في الجزائر.

والذي يتكون من مؤسسات سياحية لها أدوار عديدة في التنظيم السياحي كالديوان الوطني للسياحة والمؤسسة الوطنية للدراسات والسياحة ووكالات الأسفار.

أولاً : وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

وتشتمل الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية على ما يأتي:³

1. الأمين العام: ويساعده (02) مديري دراسات، ويلحق به مكتب التنظيم العام والمكتب الوزاري للأمن الداخلي للمؤسسة.
2. رئيس الديوان: ويساعده 08 مكلفين بالدراسات والتشخيص.
3. المفتشية العامة: التي يحدد تنظيمها ومهامها بموجب نص خاص.

¹ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، مرجع سبق ذكره، ص162.

² أنظر الملحق الخاص بمجموعة التشريعات الخاصة بالقطاع السياحي.

³ موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.gov.dz

إضافة للهياكل الآتية:

- **المديرية العامة للسياحة:** تضم 04 مديريات:

1. مديرية مخطط جودة السياحة والضبط.
2. مديرية التهيئة السياحية والمحافظة على العقار السياحي.
3. مديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية.
4. مديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية.

- **المديرية العامة للصناعة التقليدية والحرف:** تضم 03 مديريات:

1. مديرية تطوير الصناعة التقليدية والحرف:

تضم 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لدعم نشاطات الصناعة التقليدية والحرف.
- المديرية الفرعية للدراسات والإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية والحرف.
- المديرية الفرعية لتنمية المقاولات والابتكار.

2. مديرية تنظيم و تأطير المهن وحرف الصناعة التقليدية.

3. مديرية الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية.

إضافة إلى مديريات فرعية تخدم كافة أقسام الوزارة و هي :

1. **مديرية متابعة مؤسسات القطاع:** تضم مديريتان 02 فرعيتان:

أ. المديرية الفرعية لتقييم قدرات مؤسسات القطاع.

ب. المديرية الفرعية لتثمين قدرات ونشاط مؤسسات القطاع.

2. **مديرية الدراسات الاقتصادية والتخطيط** تضم مديريتان 02 فرعيتان:

أ. المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية.

ب. المديرية الفرعية لبرامج التجهيز والاستثمار.

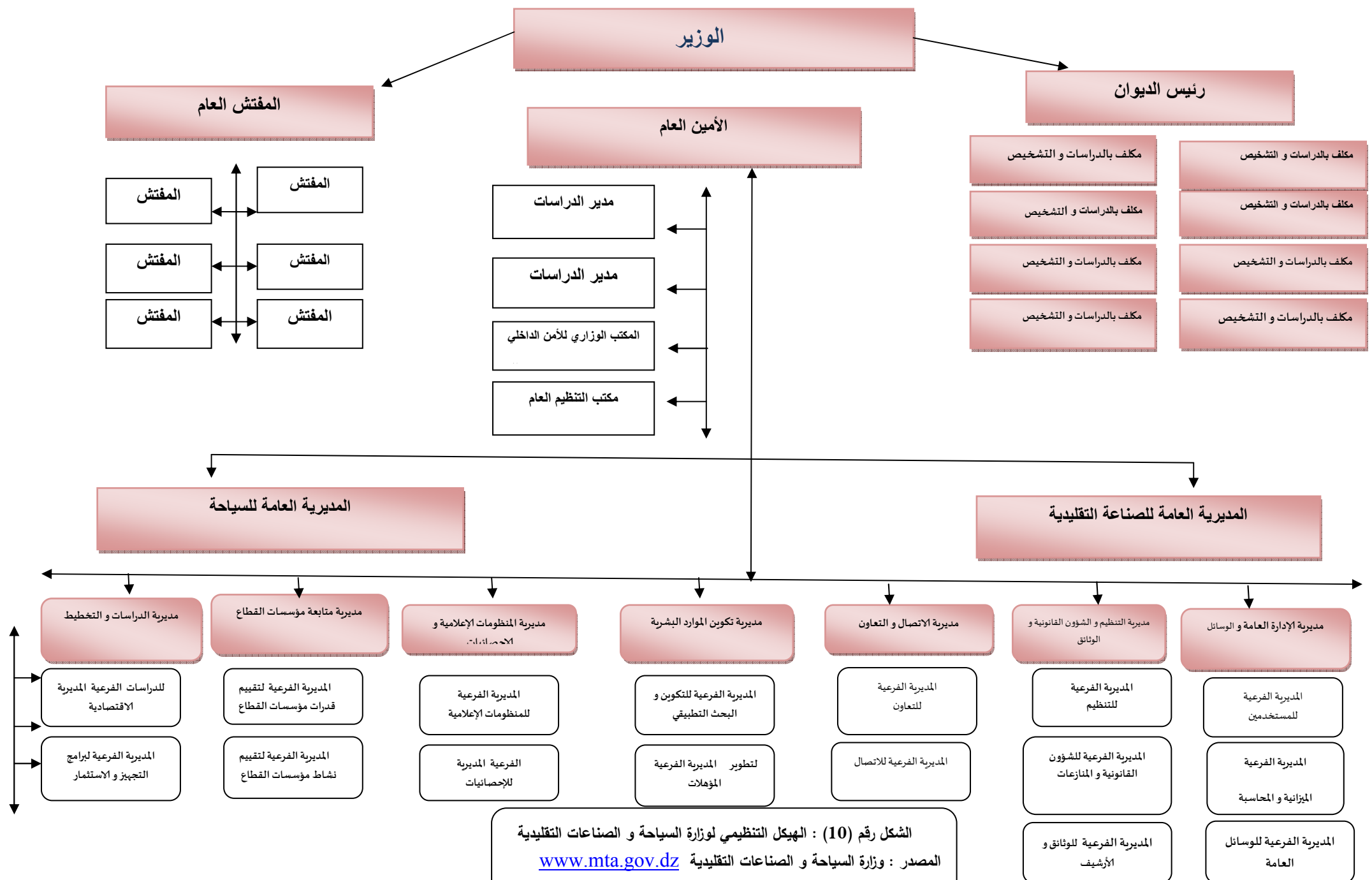
3. **مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات:** تضم مديريتان 02 فرعيتان:

أ. المديرية الفرعية للمنظومات الإعلامية.

ب. المديرية الفرعية للإحصائيات.

4. **مديرية التكوين وتثمين الموارد البشرية:** تضم مديريتان 02 فرعيتان:

- أ. المديرية الفرعية للتكوين والبحث التطبيقي.
 - ب. المديرية الفرعية لتطوير المؤهلات.
 5. **مديرية الاتصال والتعاون:** تضم مديرتان 02 فرعتان:
 - أ. المديرية الفرعية للاتصال.
 - ب. المديرية الفرعية للتعاون.
 6. **مديرية التنظيم والشؤون القانونية والوثائق:** تضم 03 مديريات فرعية:
 - أ. المديرية الفرعية للتنظيم.
 - ب. المديرية الفرعية للشؤون القانونية والمنازعات.
 - ت. المديرية الفرعية للوثائق والأرشيف.
 7. **مديرية الإدارة العامة والوسائل:** تضم 03 مديريات فرعية:
 - أ. المديرية الفرعية للمستخدمين.
 - ب. المديرية الفرعية للميزانية والمحاسبة.
 - ت. المديرية الفرعية للوسائل العامة.
- أما الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية فيبرز من خلال الشكل التالي:



ثانيا : المديرية العامة للسياحة:

و هي الجهة المسؤولة عن السياحة على مستوى الوزارة و تضم أربعة مديريات:

1. مديرية مخطط جودة السياحة والضبط :

تضم هي الأخرى أربعة مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لمخطط جودة السياحة والضبط.
- المديرية الفرعية لضبط ومراقبة النشاطات الفندقية والإطعام.
- المديرية الفرعية لضبط ومراقبة وكالات السياحة والأسفار.
- المديرية الفرعية لترقية السياحة.

2. مديرية التهيئة السياحية والمحافظة على العقار السياحي :

تضم هي الأخرى ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للتهيئة السياحية .
 - المديرية الفرعية لأقطاب الامتياز السياحي.
 - المديرية الفرعية للمحافظة على مناطق التوسع و المواقع السياحية.
3. مديرية تقييم ودعم المشاريع السياحية، و الخاصة بالاستثمار السياحي:

تضم هي الأخرى مديريتين فرعية:

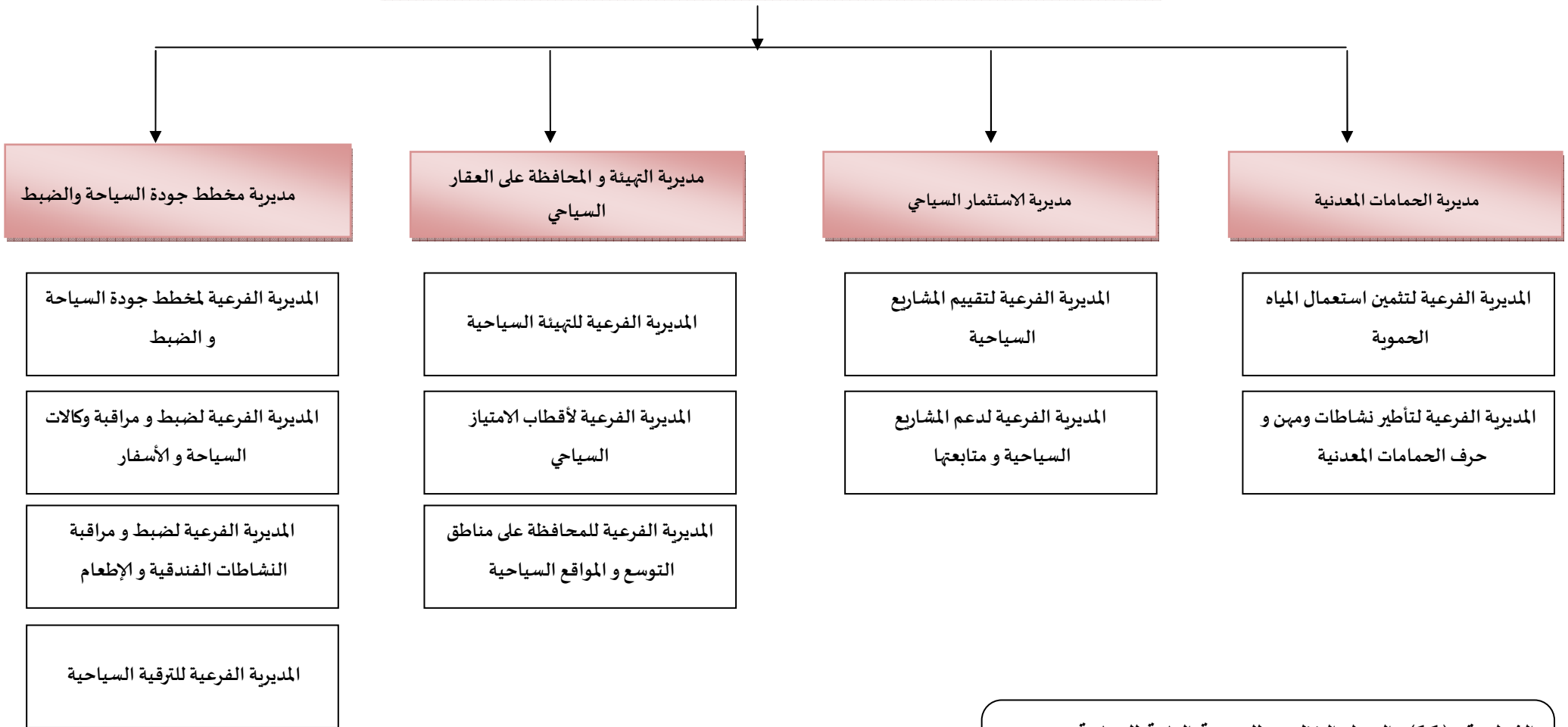
- المديرية الفرعية لتقييم المشاريع السياحية .
- المديرية الفرعية لدعم المشاريع السياحية و متابعتها .

4. مديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية:

تضم هي الأخرى مديريتين فرعية:

- المديرية الفرعية لتنظيم استعمال المياه الحموية .
 - المديرية الفرعية لتأطير نشاطات ومهن و حرف الحمامات المعدنية .
- و الشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للسياحة :

المديرية العامة للسياحة



الشكل رقم (11): الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للسياحة

المصدر : وزارة السياحة و الصناعات التقليدية www.mta.gov.dz

المبحث الثاني: مؤشرات تنافسية الصناعة السياحية ومكانتها في الاقتصاد الوطني

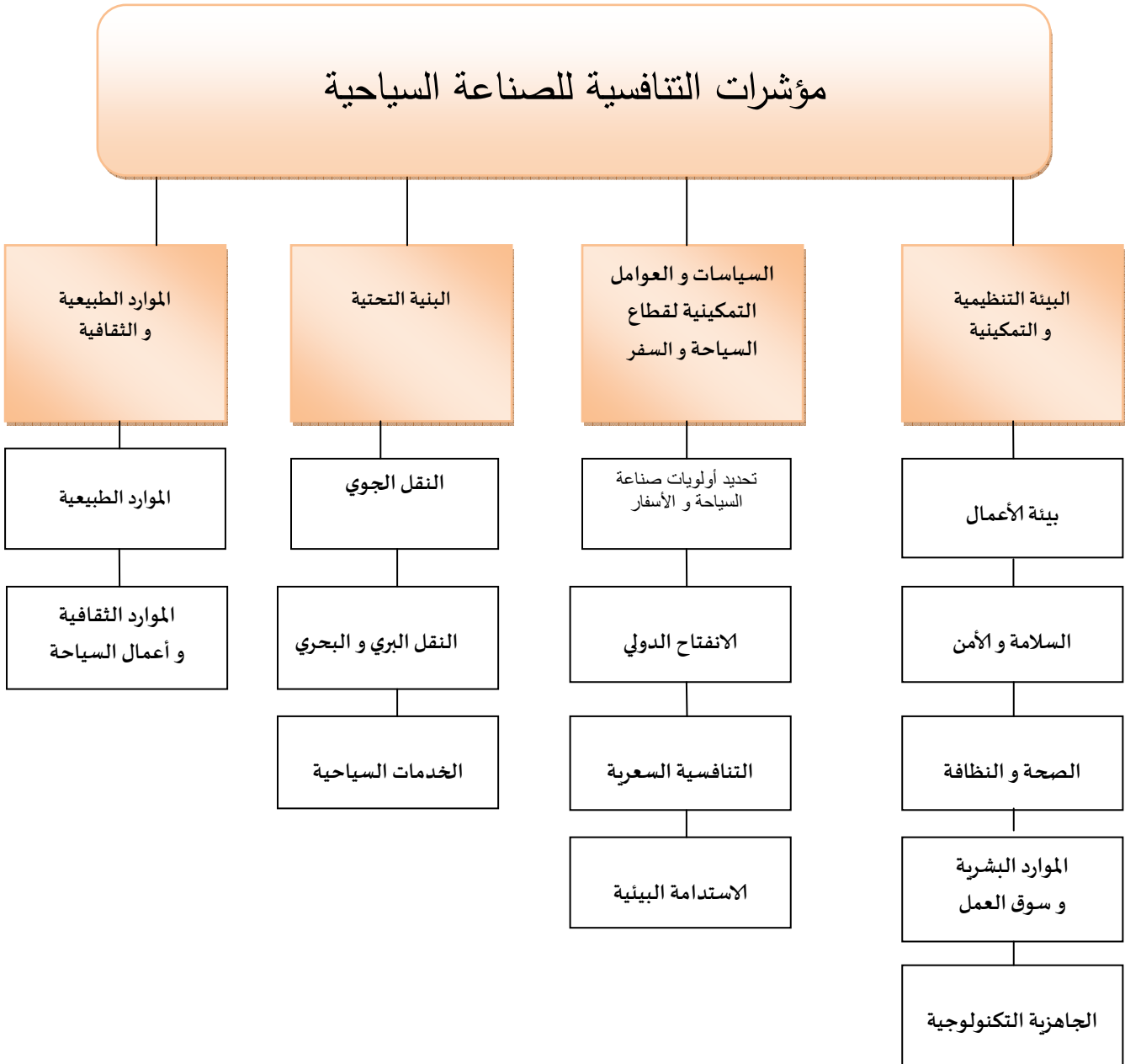
تلعب الصناعة السياحة دورا مهما في الاقتصاد الوطني وسنستعرض ذلك من خلال جملة من المؤشرات الاقتصادية والإحصائية الخاصة بالسياحة، وذلك من خلال بالتعرف أولا على أهم مؤشرات التنافسية في الصناعة السياحية.

المطلب الأول: مؤشرات التنافسية للصناعة السياحية

والتي حددت في أربعة عشرة مؤشرا بحسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة وذلك خلال سنة 2015¹، ويقصد بتنافسية الصناعة السياحية الزيادة في الإنتاج وفي نوعية المنتج والخدمات السياحية بما يرضي أذواق السائحين وتوفير موارد وإمكانيات تتفوق بها على منافسيها و المبينة من خلال الشكل الموالي:

¹ فضيلة بوطورة، نوفل سمايلي، دور التخطيط السياحي في تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر في إطار المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2030، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، المجلد 21، 2021، ص883.

الشكل رقم (12) : مؤشرات التنافسية للصناعة السياحية



المصدر : المنظمة العربية للسياحة ، تقرير الأنشطة و الانجازات 2019، ص 127 .
الموقع: www.arab-tourismorg.org تاريخ الاطلاع : 2022-08-28.

ف نجد من خلال الشكل السابق أن مؤشرات التنافسية للصناعة السياحية تركز على أربعة مؤشرات رئيسية وهي:

- أ. الإطار التنظيمي أو البيئة التمكينية.
 - ب. السياسات والعوامل التمكينية لقطاع السياحة والسفر.
 - ت. البنية التحتية.
 - ث. الموارد والإمكانات الطبيعية والثقافية.
- والتي بدورها يتفرع عنها مجموعة من المؤشرات التي بالأخير تحدد لنا مدى تنافسية الصناعة السياحية بالمقارنة و الصناعات الأخرى.

أولاً: الإطار التنظيمي أو البيئة التمكينية:

وتحتوي المؤشرات الفرعية التالية:

1. بيئة الأعمال:

يعكس هذا المؤشر مدى تواجد بيئة سياسية مناسبة للشركات للقيام بأعمالها التجارية والتي سوف تستقطب السياح من أجل استكمال أعمالهم، والاهتمام بالإطار الجبائي، مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر وكل ما يتعلق بمجال الأعمال.

2. السلامة والأمن:

يعد مؤشر بالغ الأهمية بالمقارنة و المؤشرات الأخرى والمحدد لصناعة السياحة والأسفار لأي بلد، فالمناطق الخطرة تعتبر مناطق أقل جاذبية بالمقارنة والمؤشرات الأخرى، ويقاس بمدى الاعتماد على خدمات الشرطة في الحماية من الجريمة.

3. الصحة والنظافة:

وتتحدد أساساً في المياه الصالحة للشرب وسلامة الصرف الصحي وأمور مهمة لراحة وصحة المسافرين، ومدى قدرة القطاع الصحي على ضمان العلاج الصحي بشكل لائق ومدى توفر الأطباء وأسرّة المستشفيات وجودة الخدمات الصحية، وهي عامل من عوامل الجذب السياحي من عدمه.

4. الموارد البشرية وسوق العمل:

مدى توفير تكوينات و كفاءة المورد البشري للبلد يؤكد على إمكانية صناعة سياحية في المستوى المطلوب للسائح، ويتمثل في مدى تطوير الكفاءات والمهارات من خلال التعليم والتدريب، وكذا تعزيز أفضل توزيع لتلك المهارات من خلال سوق العمل بكفاءة.

5. الجاهزية و الاستعداد التكنولوجي:

يخص خدمات الإنترنت والعمليات التجارية الإلكترونية على اعتبار أن استخدام الإنترنت ضرورية في السفر، الحجز وكذا الإقامة، فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر ضرورة حتمية في الانتشار لجميع القطاعات، ويدخل في ذلك تغطية شبكة الهاتف النقال ونوعية إمدادات الكهرباء، بل في قدرة الشركات والأفراد على استخدام وتوفير الخدمات عبر الإنترنت بالدقة والسرعة المطلوبة.

ثانيا: السياسات والعوامل التمكينية لقطاع السياحة و الأسفار :

تخص الأسلوب و المنهج المتبع وتوجهه وتحتوي:

1. تحديد أولوية الصناعة السياحية والسفر:

يعكس هذا مدى إعطاء الأولوية من قبل الحكومة ومن توجيه الأموال لمشاريع التنمية السياحية وتنسيق الفعاليات والموارد اللازمة لتطوير القطاع السياحي أو جذب السياح مباشرة من خلال الحملات التسويقية الوطنية، و كذا من خلال تدابير الإنفاق الحكومي، فعالية وجودة التسويق والعلامات التجارية للبلاد، وتقديم البيانات للمنظمات الدولية بالوقت المطلوب.

2. الانفتاح الدولي:

إن تطوير الصناعة السياحة يعتمد على درجة الانفتاح وتسهيل الإجراءات، و العكس عدم مرونة المعاملات والعراقيل في منح التأشيرة تقلل من رغبة السياح لزيارة البلاد، وكذا مدى انفتاح الاتفاقيات التي دخلت الحكومة فيها في مجال الخدمات الجوية الثنائية، إضافة إلى إبرام الاتفاقيات الخاصة بالتجارة السياحية الإقليمية التي تعكس قوة الوكلاء السياحيين مما يؤدي إلى توفير خدمات سياحية بمستوى عالمي.

3. التنافسية السعرية:

انخفاض التكاليف المتعلقة بالسفر في بلد تزيد جاذبيته بالنسبة لكثير من المسافرين، فمن جوانب المنافسة السعرية يأخذ هذا المؤشر بعين الاعتبار تذاكر شركات الطيران، وكل الضرائب والرسوم المطبقة في المطارات، إضافة إلى تكاليف الإقامة في الفنادق و المطاعم، تكاليف الوقود وتكاليف المعيشة وكافة التسهيلات داخل البلد المستضيف.

4. الاستدامة البيئية:

تدخل هنا البيئة الطبيعية الجذابة و مدى الاهتمام بها فهي موقع استقطاب للسياح، لذلك لا بد من تعزيز عوامل الاستدامة البيئية لضمان جاذبية البلد في المستقبل كوجهة مفضلة، ويتكون هذا المؤشر من أبعاد السياسة البيئية للحكومة مثل تشديد الإجراءات وتنفيذ اللوائح وتقييم حالة المياه وموارد الغابات وأعماق البحار وكل متعلقات ومتطلبات البيئة.

ثالثا: البنية التحتية :

و تشمل مؤشرات قطاع النقل و الاتصالات و الخدمات :

1. النقل الجوي (المطارات):

و هي الربط الجوي الذي يعد ضروري لتسهيل و سرعة السفر حيث يمكن المسافرين للوصول من وإلى كل البلدان، وكذلك التنقل داخل العديد من البلدان، فتقاس كمية النقل الجوي باستخدام مؤشرات مثل عدد المقاعد المتاحة في الكيلومتر، وعدد المغادرين، والكثافة في المطار، وعدد شركات الطيران العاملة، وكذا جودة البنية التحتية للنقل الجوي للرحلات الداخلية والدولية.

2. النقل الأرضي و البحري:

حيث أن توفر وسائل النقل الفعالة و المستحدثة في الوصول إلى المراكز التجارية الرئيسية ومناطق الجذب السياحي يعد أمر حيوي للقطاع السياحي، ويتطلب توفر الطرق والسكك الحديدية وشبكة واسعة من المواصلات، إضافة إلى البنية التحتية للموانئ التي تلبي مقاييس المعايير الدولية من الراحة والأمن وكل الشروط المطلوبة.

3. الخدمات السياحية:

وتخص جودة المبيت من فنادق ومنتجعات سياحية ومرافق ترفيهية، كما يقاس هذا المؤشر بمدى إمكانية الوصول إلى الخدمات المصاحبة كتأجير السيارات وأجهزة الصراف الآلي، و التعاملات المصرفية و مدى انتشار الفروع البنكية.

رابعاً: الموارد والإمكانات الطبيعية والثقافية:

ونجدها تحتوي المؤشرات التالية:

1. الموارد الطبيعية:

تعد الموارد الطبيعية من الإمكانيات الضرورية لخلق التنافسية و جذب السياح، كما أن قياس هذا المؤشر يتم من خلال مجموعة من تدابير و معطيات الجذب السياحي كواقع التراث العالمي الطبيعي المصنفة لدى اليونسكو، جودة البيئة الطبيعية، الثروة الحيوانية و المناطق المحمية على المستوى الوطني إضافة إلى الحدائق الوطنية والمحميات الطبيعية، ومدى الاهتمام والمحافظة عليها.

2. الموارد الثقافية و أعمال السياحة:

تعد الموارد الثقافية دافع أساسي آخر من دوافع تحقيق القدرة التنافسية السياحية، ويتمثل في مواقع التراث العالمي الثقافي المصنفة لدى اليونسكو، عدد والقدرة الاستيعابية للملاعب الكبيرة التي يمكن لها استضافة الأحداث الرياضية والترفيهية الكبرى، إضافة إلى عدد عمليات البحث على الإنترنت ذات الصلة بالموارد الثقافية للبلد، كما يشمل المؤشر على عدد الاجتماعات المنعقدة للرابطات الدولية.

المطلب الثاني : مكانة الصناعة السياحة في الجزائر بحسب مؤشرات التنافسية

مع الدول العربية

من خلال المؤشرات التي تناولناها في المطلب السابق نلخصها ضمن معطيات إحصائية لتحديد مكانة الصناعة السياحية بالجزائر و الدول العربية لسنة 2019 .

أولاً: المؤشر الرئيسي الأول لتنافسية الصناعة السياحية والأسفار بالدول العربية (البيئة التمكينية) :

من خلال الجدول الموالي نجد أن الجزائر حققت ضمن مؤشرات البيئة التنظيمية خلال سنة 2019 و بنسب متفاوتة و ليست بالبعيدة عن باقي الدول العربية الأخرى.

الجدول رقم (01): المؤشر الأول البيئة التمكينية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية

اسم الدولة	بيئة العمل	الأمن والسلامة	الصحة والنظافة	الموارد البشرية وسوق العمل	جاهزية تكنولوجيا المعلومات
الإمارات العربية المتحدة	5.9	6.6	5.4	5.2	6.1
دولة قطر	5.8	6.3	6.0	5.2	5.8
مملكة البحرين	5.5	5.7	5.2	4.7	6.0
الكويت	4.6	5.7	5.4	4.3	5.5
المملكة العربية السعودية	5.2	4.5	5.6	4.6	5.5
المغرب	4.7	6.1	4.6	3.9	4.3
مصر	4.3	3.3	5.4	4.1	3.9
عمان	5.1	6.5	5.4	4.1	5.1
الأردن	4.8	5.8	5.5	4.5	5.1
تونس	4.4	4.7	5.2	4.0	4.3
لبنان	4.2	3.6	5.9	3.8	4.3
الجزائر	4.0	5.3	4.9	4.0	3.7
موريتانيا	3.4	4.2	3.7	2.6	2.2
اليمن	3.5	2.8	3.8	4.4	2.3

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير الأنشطة والإنجازات لعام 2019 منظمة السياحة

العربية، الموقع: www.arab-tourismorg.org تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

ثانيا: المؤشر الرئيسي الثاني للصناعة السياحية بالدول العربية(سياسات السفر والظروف المناسبة)

من خلال الجدول الموالي نجد أن الجزائر حققت ضمن مؤشرات سياسات السفر و الظروف المناسبة خلال سنة 2019 و بنسب متفاوتة و ليست بالبعيدة عن باقي الدول العربية الأخرى، حيث حققت المرتبة الثانية في مؤشر تنافسية الأسعار بعد مصر .

الجدول رقم (02):المؤشر الثاني السياسات والعوامل التمكينية لقطاع السياحة والسفر للدول العربية

اسم الدولة	تحديد أولويات السياحة والسفر	الانفتاح الداخلي	تنافسية الأسعار	الاستدامة البيئية
الإمارات العربية المتحدة	5.1	3.0	5.0	4.5
دولة قطر	4.5	2.0	5.7	4.1
مملكة البحرين	4.3	2.9	5.5	3.8
المملكة العربية السعودية	4.4	1.6	5.6	3.5
المغرب	5.5	2.7	5.2	3.7
عمان	4.4	2.2	5.5	3.7
مصر	5.0	2.5	6.2	4.1
الأردن	5.3	3.3	4.8	4.0
تونس	4.8	3.0	5.9	3.9
لبنان	5.0	2.5	5.5	3.7
الكويت	3.3	1.9	5.3	3.1
الجزائر	2.8	1.5	6.0	3.7
موريتانيا	3.2	2.9	5.9	3.7
اليمن	2.4	1.3	5.9	2.8

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير الأنشطة والإنجازات لعام 2019 منظمة السياحة

العربية، الموقع: www.arab-tourismorg.org تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

ثالثا: المؤشر الرئيسي الثالث لتنافسية الصناعة السياحية والسفر بالدول العربية (البنية التحتية) :

من خلال الجدول الموالي نجد أن الجزائر حققت ضمن مؤشرات البنية التحتية خلال سنة 2019 نسب متفاوتة عن باقي الدول العربية الأخرى، و ليست بالمرضية.

الجدول رقم (03): المؤشر الثالث البنية التحتية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية

اسم الدولة	البنية التحتية للنقل الجوي	البنية التحتية للنقل الأرضي والبحري	البنية التحتية للخدمات السياحية
الإمارات العربية المتحدة	5.8	4.9	5.4
دولة قطر	4.3	4.7	5.0
مملكة البحرين	3.5	5.2	4.9
المملكة العربية السعودية	3.7	3.3	4.7
المغرب	2.8	3.4	3.8
عمان	3.0	3.9	4.1
مصر	2.9	3.0	3.2
الأردن	2.6	3.0	4.1
تونس	2.3	2.7	4.1
لبنان	2.4	2.9	4.3
الكويت	2.5	3.5	3.8
الجزائر	2.1	2.5	2.1
موريتانيا	1.6	2.0	2.4
اليمن	1.5	2.0	2.2

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير الأنشطة والإنجازات لعام 2019 منظمة السياحة العربية، الموقع: www.arab-tourismorg.org تاريخ الاطلاع: 28-08-2022.

رابعاً: المؤشر الرئيسي الرابع لتنافسية الصناعة السياحية بالدول العربية (الموارد الطبيعية والثقافية)

من خلال الجدول الموالي نجد أن الجزائر وضمن مؤشرات الموارد الطبيعية والثقافية خلال سنة 2019 حققت نسب مقاربة مع باقي الدول العربية الأخرى لأنها تملك من المؤهلات الطبيعية و الثقافية ما يميزها بين البلدان العربية.

الجدول رقم (04): المؤشر الرابع الموارد الطبيعية والثقافية لتنافسية الصناعة السياحية في الدول العربية

اسم الدولة	الموارد الطبيعية	الموارد الثقافية وأعمال السفر
الإمارات العربية المتحدة	2.6	2.2
دولة قطر	1.8	1.6
مملكة البحرين	1.7	1.3
المملكة العربية السعودية	2.0	2.6
المغرب	3.6	2.5
عمان	2.6	1.9
مصر	2.5	3.3
الأردن	2.3	1.3
تونس	2.5	1.5
لبنان	2.1	1.4
الكويت	1.9	1.2
الجزائر	2.2	2.1
موريتانيا	2.7	1.0
اليمن	2.2	1.7

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقرير الأنشطة والإنجازات لعام 2019 منظمة السياحة العربية، الموقع: www.arab-tourismorg.org تاريخ الاطلاع: 28-08-2022.

المطلب الثالث: صناعة السياحة في الجزائر من منظور إحصائي و تحليلي

سنتناول في هذا المطلب من البحث أغلب المؤشرات الاقتصادية للصناعة السياحية في الجزائر من منظور إحصائي وتحليلي لتبيان واقع الصناعة السياحية وأهميتها و أثرها على الاقتصاد الوطني نظرا للفجوة التي خلقتها جائحة كورونا.

أولا: المنتجات السياحية:

تتخز الجزائر بمنتجات سياحية وتتنوع أنواعها بحسب الطبيعة الجغرافية¹:

1. السياحة الصحراوية:

تمثل الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، وذلك لشساعتها، حيث تبلغ مساحتها حوالي 2 مليون متر مربع وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي وتاريخي غني ومتنوع، تعد السياحة الصحراوية جوهر المنتج السياحي الجزائري.

وتحتوي الصحراء على خمسة حظائر ثقافية مصنفة وهي : حظيرة الطاسيلي في ولاية إيليزي، الهقار في ولاية تمنراست، وادي ميزاب في ولاية غرداية والحظيرة الثقافية للأطلس الصحراوي في حظيرة توات، قورارة، تيديكلت.

2. السياحة الساحلية (الشاطئية):

يتميز الساحل الجزائري الذي يمتد على طول 1644 كلم بشواطئ تطل على البحر الأبيض المتوسط، و تمثل مصدرا لمتعة المتنزهين والسباحين والصيادين وممارسي النشاطات الرياضية المائية، و يوجد 584 شاطئ منها المرخصة والممنوعة، وتسعى الجزائر لاعتماد هذا المورد لانجاز مراكز المعالجة بمياه البحر.

3. السياحة الثقافية:

بالإضافة إلى التراث غير المادي، تحتوي الجزائر على 7 مواقع ثقافية مصنفة في قائمة اليونسكو كتراث مادي عالمي و التي سبق الحديث عنها :

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.gov.dz

- قلعة بني حماد 1980 ؛
- وادي ميزاب 1982 ؛
- جميلة 1982 ؛
- تيمقاد 1982 ؛
- تيبازة 1982 ؛
- طاسيلي ناجر 1982 ؛
- قصبة الجزائر 1992.

بالإضافة إلى حوالي 1000 موقع ومعلم ثقافي وتاريخي مصنف كتراث وطني.

4. السياحة الحموية:

تتميز الجزائر بإمكانات كبيرة فيما يخص السياحة الحموية، حيث تملك أكثر من 282 منبع حموي ذو خصائص علاجية تم إحصائه في جميع أنحاء الوطن، كما تم إدراج 30 محطة حموية لاستقبال الآلاف من المستجمين من مختلف ربوع البلاد، البعض يرغب في قضاء العطل والاستجمام واللياقة البدنية والبعض الآخر لأسباب علاجية و صحية محددة.

تقع غالبية هذه المحطات في الجزء الشمالي من البلاد فيما يقع البعض الآخر منها في الصحراء، كما تقوم الدولة حاليا بتحديث المحطات الموجودة و تجديدها وتشجيع أصحاب المشاريع الاستثمارية على إنشاء محطات جديدة من أجل تلبية الطلب المتزايد من المستجمين وكذا السياح الباحثين عن عطل ترفيهية و علاجية.

أ. الموارد الحموية:

تتمتع الجزائر بقدرات حموية هائلة وموزعة عبر كافة التراب الوطني، حيث تتميز مياهها الحموية بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية.

و من خلال تحيين الحصيلة الحموية المنجزة سنة 2015 إلى غاية سنة 2022، عبر كل التراب الوطني، أحصت وجود 282 منبع حموي على شكل منابع طبيعية أو أنقاب، بالإضافة إلى 90 حق امتياز استعمال المياه الحموية الذي تم منحه، مع مراعاة الخصائص الفيزيوكيميائية وكذا القيمة العلاجية لهذه المياه الحموية، يوجد حاليا ما يقارب 100 منبع حموي يمكنها إيواء مشاريع

حموية جديدة والتي من بينها 34 حمام معدني يستغل بطريقة تقليدية¹ (والذي نستعرضه من خلال الجدولين الموالين).

الجدول رقم (05) : المنابع الحموية و الحمامات المعدنية

الرقم	اسم المنبع	البلدية	الولاية
01	ثوائية	سيدي فرج	سوق أهراس
02	حمامين	المشروحة	سوق أهراس
03	حمام الكنيف	بغاي	خنشلة
04	عين جعير	بوحمامة	خنشلة
05	نقاوس	نقاوس	باتنة
06	حمام هدف عباس	بن عزوز	سكيكة
07	حمام هادف ميلود	بن عزوز	سكيكة
08	حمام فرفور	عزابة	سكيكة
09	منصورة الكبيرة	منصورة	برج بوعريرج
10	حمام عين الجرب	المهير	برج بوعريرج
11	حمام الحلفة	الهاشمية	البويرة
12	حمام كمورة	قصر البخاري	المدينة
13	ثلاث	أمال	بومرداس
14	بورمرور	وادي العلايق	البلدية
15	المكبرطة	واد سلام	غليزان
16	حمام بن يسعد	منداس	غليزان
17	ميكابرطة	القلعة	غليزان
18	حمام الروجات	الرمكة	غليزان
19	عين حنيش	الولجة	غليزان
20	عين البحري	الولجة	غليزان
21	عين القصيرية	القطار	غليزان
22	حمام الصابونات	الولجة	غليزان

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.gov.dz

23	عين الشفاء	سيدي سليمان	تيسمسيلت
24	عين سيدي شارف	سيرات	مستغانم
25	عين فرانين	يئر الجير	وهران
26	سيدي صافي	تيغنيف	معسكر
27	عين الشافية	بوهني	معسكر
28	عين الحمامات	بو حنيفة	معسكر
29	تحمامنت	شتوان	تلمسان
30	عين الصحراء	نزلة	ورقلة
31	بليدة عامر	بليدة عامر	ورقلة
32	المقارين	المقارين	ورقلة
33	الطيبات	الطيبات	ورقلة
34	تماسين	تمساين	ورقلة
35	حاسي الطويل 4	حاسي مسعود	ورقلة
36	العالية	العالية	ورقلة
37	بن ناصر	بن ناصر	ورقلة
38	المير	الهجرة	ورقلة
39	الحوض الأحمر	نقوسة	ورقلة
40	عين عمار	عين البيضاء	ورقلة
41	البرمة	البرمة	ورقلة
42	ديفل	أولاد جلال	بسكرة
43	الجر 01	فوغالة	بسكرة
44	العزل	أولاد جلال	بسكرة
45	رأس جدار	بسباس	بسكرة
46	دوسن	دوسن	بسكرة
47	لحويمد	سيدي خالد	بسكرة
48	بسباس	بسباس	بسكرة
49	حمولة	سيدي خالد	بسكرة
50	قطارة	قطارة	الجلفة
51	ركنة المثنان	الرقاسة	البيض

52	بلقور	برج عمار ادريس	إيليزي
53	ايمهنو	إيليزي	إيليزي
54	تبنكورت	برج عمار ادريس	إيليزي
55	أحبو	إيليزي	إيليزي
56	اسكيكاف	إيليزي	إيليزي

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

كل هذه القدرات المتمثلة في المميزات والخصائص العلاجية للمياه الحموية الموجودة وكذا الشريط الساحلي المميز و الذي يمكن اعتماده للعلاج بمياهه، تمثل طاقات هائلة لتطوير السياحة الصحة والترفيه و تعد تنافسية وتوفر فرص استثمار كبيرة في هذا المجال.

ب. **المنابع الحموية والحمامات المعدنية التقليدية التي يمكنها احتضان مشاريع حموية:**

توجد منابع و حمامات تسير من طرف البلديات حيث تقوم بمنح اعتماد تسييرها لمستثمرين خواص، يقومون بالاستفادة من تسيير الحمامات المعدنية لحسابهم والاهتمام بتقديم كافة الخدمات المرافقة للسياحة الحموية و من خلال الجدول الموالي نضع قائمة بالحمامات المعدنية المسيرة تقليديا.

الجدول رقم (06): قائمة الحمامات المعدنية التقليدية المسيرة من طرف البلديات

الرقم	الحمام المعدني التقليدي	البلدية	الولاية
01	حمام ماسكنة	بوقوس	الطارف
02	حمام زعتوت	حمام بوحجار	
03	حمام زايد	حمام بوحجار	
04	حمام سيدي يحي	المريج	تبسة
05	الحمامات	الحمامات	
06	حمام خرشيش	حمام دباغ	قالمة
07	حمام قرفة	عين العربي	
08	حمام بن ناجي	حمام دباغ	

09	حمام أولاد علي	هيليوبوليس	
10	حمام قرجيمة	القصبات	باتنة
11	حمام الصالحين	الحامة	خنشلة
12	حمام ولاد عاشور	العياضي برباس	ميلة
13	حمام منن	تلاغمة	
14	حمام مناصر	تلاغمة	
15	حمام السخنة	حمام السخنة	سطيف
16	حمام سيدي منصور	أولاد تبان	
17	حمام سيدي الجودي	حمام قرقور	
18	حمام سيدي عمار	الحامة	
19	حمام أولاد ياس	أولاد ياس	
20	حمام البيبان	المهير	برج بوعريج
21	حمام اييان	المعين	
22	حمام سيلال	تيفرة	بجاية
23	حمام كيرية	آدكار	
24	حمام الصالحين	برواقية	المدية
25	حمام البركة	سيدي سليمان	تيسمسيلت
26	حمام سرغين	سرغين	تيارت
27	حمام منتلية	عمي موسى	غليزان
28	حمام سيدي عيسى	سيدي عمار	سعيدة
29	حمام عين السخونة	عين السخونة	
30	حمام سيدي عياد	حمام بوحجر	عين تيموشنت
31	حمام الشارف	حمام الشارف	الجلفة
32	حمام فوسه	قرارة	غرداية
33	حمام زلفانة	زلفانة	
34	حمام عين الورقة	عسلة	النعامة

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.mta.gov.dz و www.ons.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11

ت. المؤسسات الناشطة و المشاريع الاستثمارية للسياحة الحموية (2015-2021):
بالنسبة للمؤسسات الناشطة و المشاريع الاستثمارية في مجال السياحة الحموية لاقت انتشار و توجه بعد منح رخص استغلال و تسهيلات قدمتها البلديات بالتعاون مع المديريات الولائية للسياحة و الصناعات التقليدية سواء عند المستثمرين الخواص أو العموميين و الجدول التلخيصي الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (07) : المؤسسات الناشطة و المشاريع الاستثمارية في السياحة الحموية (2015-2021)

السنة	مشاريع متوقفة	مشاريع في طور الإنجاز	مركز العلاج بمياه البحر		المؤسسات الناشطة		العدد	
			خاصة	عمومية	خاصة	عمومية	منح استغلال المياه الحموية	المنابع الحموية
2015	10	25	1	1	10	8	55	282
2016	9	30	1	1	13	8	62	282
2017	16	34	1	2	13	8	74	282
2018	19	38	1	2	15	8	83	282
2019	20	43	1	2	18	8	92	282
2020	20	44	1	2	18	8	93	282
2021	20	44	1	2	19	8	93	282

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 11-07-2022.

ث. الأفراد المعالجين بالمياه المعدنية:

تلقى السياحة الحموية إقبال من كافة المواطنين الطالبين سواء الاستجمام أو العلاج و تطورت خلال السنوات الأخيرة باستثناء عام 2020 و تدابير الغلق المرافقة و من خلال الجدول و الشكل الموالي و الموضحين لعدد الأفراد المقبلين على السياحة الحموية بحسب الفئات المبينة . و الذي لاقى تذبذب في عدد المقبلين.

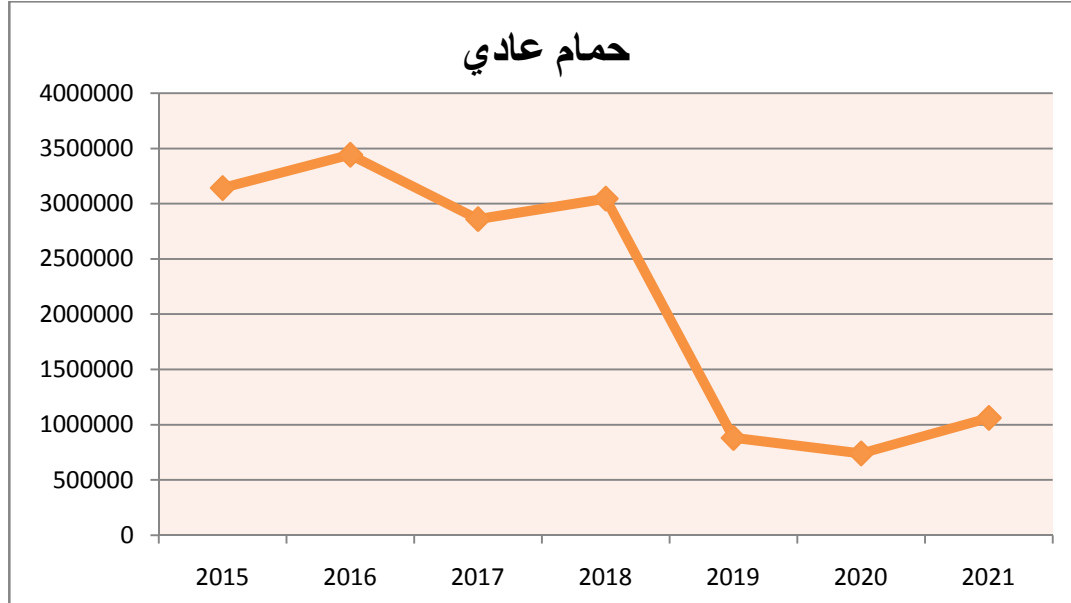
جدول رقم (08) : تردد الأفراد المعالجين بالمياه المعدنية بحسب الفئات (2015-2021)

السنة	الأجانب	الأحرار	المتعاقدين	المؤمن اجتماعيا	مجموع التردد	حمام عادي	مجموع التردد الحموي
2015	6713	292706	121409	131151	551979	3139872	3691851
2016	9005	221325	73867	101894	406091	3440305	3846396
2017	7355	192701	65141	91210	356407	2857765	3214172
2018	4183	177782	73464	69789	325218	3043635	3368853
2019	1192	94151	30400	25631	151374	879312	1030686
2020	1025	56437	14631	17759	89852	738684	828536
2021	59	225812	35222	14482	275575	1060159	1335734

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

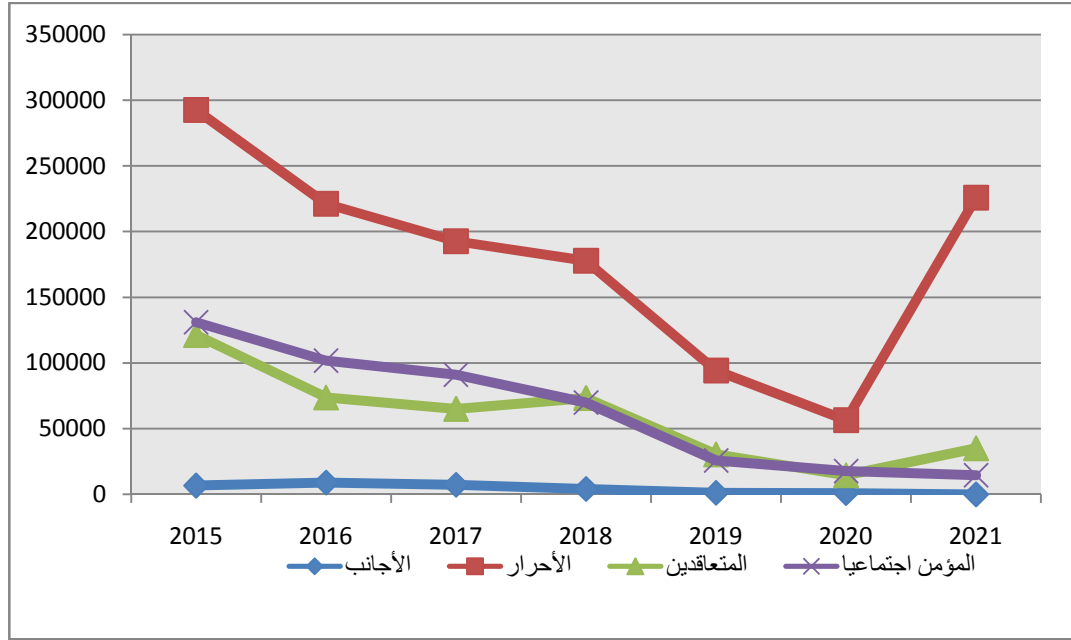
www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

الشكل رقم (13) : تردد الأفراد حمام عادي (2015-2021)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (08).

الشكل رقم (14) : تردد الأفراد بحسب الفئات (2015-2021)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (08).

من خلال عرض الموارد الحموية وعدد المقبلين على العلاج بالمياه المعدنية والراغبين في السياحة الحموية إما لغرض التداوي والعلاج أو الاستجمام و الترفيه لأن طبيعة تواجد الحمامات المعدنية تكون في الطبيعة، حيث أن الدولة وفرت عدة مركبات حموية ومراكز للعلاج بمياه البحر، وكان هناك إقبال شديد خلال السنوات 2015، 2016، 2017، و 2018 حيث بلغ متوسط عدد الإقبال الإجمالي لكافة الفئات (مؤمن اجتماعي، متعاقد، حر، أجنبي، حمام عادي) 3530318 معالج، و من ثم الظروف السياسية واضطراب الوضع بالبلاد خلال سنة 2019 والانقلاب الذي حصل لوحظ تراجع كبير وصل إلى 1030685 معالج لينخفض مع بداية سنة 2020 و ما صاحبه الوضع من إجراءات الغلق المرافقة لجائحة كورونا لاحتوائها وعودة الإجراءات الوقائية مع رفع إجراءات الغلق جزئيا، ثم العودة تقريبا من قبل المعالجين الأحرار، ومع دخول 2021، استعادة البلاد ما بعد الجائحة نلاحظ عودة الإقبال على السياحة الحموية شيئا فشيئا.

ثانيا: السياح الوافدين والمغادرين (السياحة الدولية):

تنقسم السياحة الدولية إلى سياح وافدين و سياح مغادرين :

1. عدد الوافدين:

السائحون الدوليون القادمون (زوار المبيت) هم عدد السائحين المسافرين إلى بلد آخر غير البلد الذي به إقامتهم المعتادة، أي خارج بيئتهم المعتادة، لفترة لا تزيد عن 12 شهر وغرضهم الرئيسي من الزيارة ليس له علاقة بنشاط أو مقابل يحصلون عليه داخل البلد الذي تمت زيارته، وعليه فعدد الوافدين هو الذين يصلون إلى داخل الجزائر وذلك بالحصول على البيانات من خلال مرافق الإقامة السياحية والفنادق وحصرهم مع الذين يرغبون في الترفيه والسياحة¹، حيث يلاحظ أن السياحة في الجزائر من (2010-2020) من حيث عدد الوافدين للجزائر سجلت زيادة خلال السنوات 2010 إلى 2018 و انخفاض لسنة 2015 فقط، ثم انخفضت مع مرور الجزائر بأحداث سياسية غيرت معطيات كثيرة و مع مرور العالم كله بإجراءات الغلق المتعلقة بجائحة كورونا والجدول و المنحى البياني التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (09) : عدد الوافدين(2010-2020)

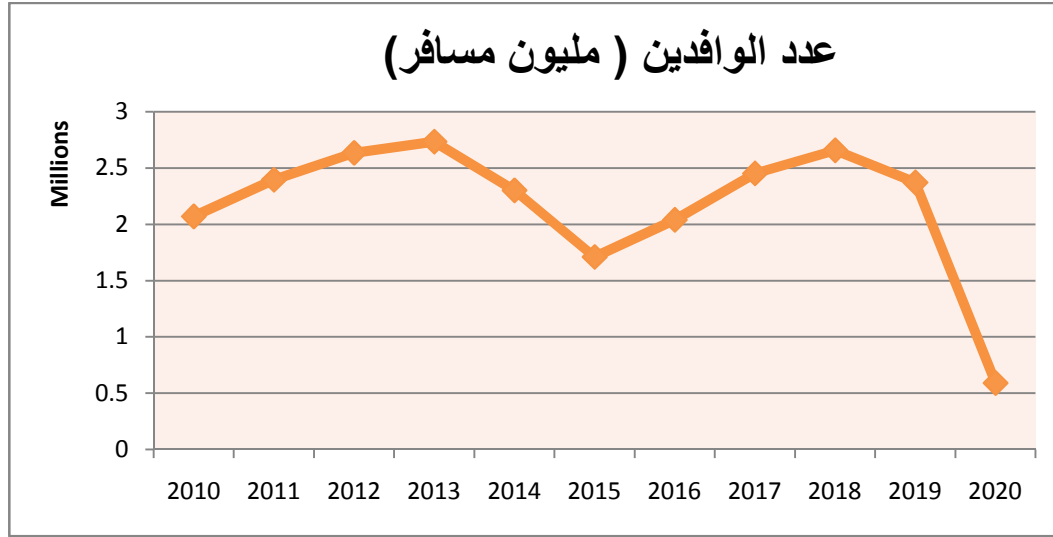
السنوات	العدد	السنوات	العدد
2020	591000	2014	2.301.000
2019	2371000	2013	2.733.000
2018	2.657.000	2012	2.634.000
2017	2.451.000	2011	2.395.000
2016	2.039.000	2010	2.070.000
2015	1.710.000	/	/

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات WorldTravel & tourism council 2021 الموقع:

<https://wttc.org> تاريخ الاطلاع: 28-08-2022.

¹ منظمة السياحة العالمية، الكتاب السنوي للإحصائيات السياحية 2021، www.unito.org تاريخ الاطلاع: 28-08-2022.

الشكل رقم (15): تطور عدد الوافدين (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (09).

من خلال المنحنى البياني الموضح في الشكل نجد أن عدد الوافدين (السياح) للجزائر خلال سنة 2015 بلغ 1.71 مليون سائح كأقل قيمة له ثم سجل نمو معتبر في السنة الموالية وبلغ عدد السياح تقريبا 2.093 مليون سائح سنة 2016، ثم حقق أكبر عدد وافدين خلال سنة 2018 بـ 2.65 مليون سائح مثلما كان خلال الفترة (من 2010 إلى 2015)، ثم مع تراجع الأوضاع السياسية واضطرابها عاد لينخفض إلى 2.371 مليون سائح خلال 2019، يستمر في الانخفاض ويتراجع مع جائحة كورونا خلال السنة 2020 ووصل إلى 591000 سائح مع بداية السنة ليتوقف الدخول إلى الجزائر من قبل السياح نهائيا مع الإجراءات الصارمة التي خصصتها الدولة كإجراءات وقائية والغلق وطنيا ودوليا.

2 . عدد المغادرين:

على عكس عدد الوافدين من السياح فعدد المغادرين من الوطن يسجل لنا خدمات ونفقات وإيرادات تخص الأشخاص المغادرين خارج الوطن والذي بين زيادة عدد المغادرين من خلال الجدول والشكل الموالي:

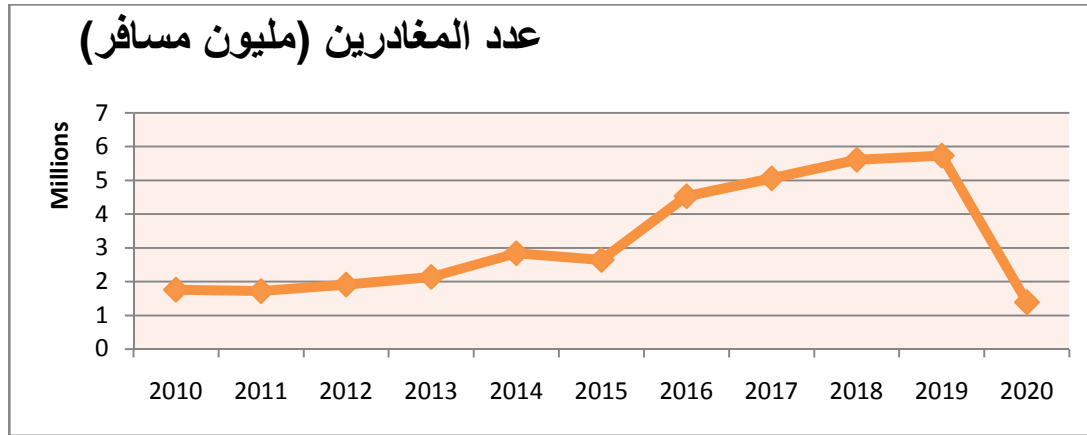
الجدول رقم (10) : عدد المغادرين (2010-2020)

السنوات	العدد	السنوات	العدد
2020	1.386.000	2014	2.839.000
2019	5.732.000	2013	2.136.000
2018	5.610.000	2012	1.911.000
2017	5.058.000	2011	1.715.000
2016	4.530.000	2010	1.757.000
2015	3.638.000	/	/

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات WorldTravel & tourism council 2021

<https://wttc.org> تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

الشكل رقم (16) : تطور عدد المغادرين (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (10).

نلاحظ من خلال الجدول السابق زيادة طفيفة في عدد المغادرين خلال الفترة (2010-2013) بلغت 2.136 مليون مغادر لسنة 2013، و من ثم تزايدت بوتيرة سريعة حيث بلغت أكبر قيمة 5.73 مليون مغادر لتعود للانخفاض بشدة مطلع السنة 2020 إلى 1.38 مليون مغادر.

ثالثا: المتاحات والإمكانيات المادية:

نتناول في هذا الجزء الإمكانيات المادية من فنادق و البنية التحتية، الوكالات السياحية:

1. المتاحات الفندقية:

تعد الفنادق أحد الضروريات القصوى للسائح، والتي خصصت لها عدة مقاييس ومعايير تبين مدى تقدم البلد حيث تتوفر الجزائر على عدة فنادق مصنفة حسب عدد النجوم المتحصل عليها، ونجد من خلال المعطيات التي سنقوم بعرضها حيث أن عدد الفنادق ومراكز الإيواء في تزايد مستمر و إن كان بوتيرة بسيطة، وهذا وفق المستوى المطلوب من الخدمات المقدمة والأسعار ومدى جاهزية الفندق من كافة التجهيزات التقنية والخدماتية وكذا مهارات التعامل والمؤهلات ومستوى خبرة العاملين فيها، وهذا ما جعلنا نقسم الحظيرة الفندقية وفقا لثلاث تصنيفات كما توضحه الجداول التالية:¹

أ. الفنادق و أماكن الإيواء بمختلف التصنيفات :

نستعرض من خلال الجدول التالي مختلف المتاحات الفندقية بمقارنة الاختلاف بين سنتي 2016 و 2017 .

الجدول رقم(11): عدد الفنادق وأماكن الإيواء حسب الفئة

فئة التصنيف	2016	2017
فندق 5 نجوم	13	13
فندق 4 نجوم	12	23
فندق 3 نجوم	51	59
فندق نجمتين	46	48
فندق نجمة واحدة	158	159
فندق بدون نجمة	160	160
إقامة سياحية نجمتان	02	02
إقامة سياحية نجمة واحدة	01	01
نزل نجمتين	02	02
نزل نجمة واحدة	01	01
بيت الشباب نجمتان	01	01
بيت الشباب نجمة واحدة	01	01
قرية عطلة ثلاث نجوم	01	01

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.gov.dz

05	05	شقق مفروشة للسياحة (فئة واحدة)
10	10	إقامات (فئة واحدة)
06	06	نزل جبلي (فئة واحدة)
601	566	في طريق التصنيف
196	195	هياكل أخرى مخصصة للفندقية

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.mta.gov.dz و www.ons.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

من خلال الجدول نلاحظ زيادة في عدد الفنادق ثلاث وأربع نجوم مقارنة والفئات الأخرى، وذلك للتباطؤ الواضح في الاستثمار في المشاريع الفندقية.

ب. قدرة الإيواء حسب فئة التصنيف:

قدرة الإيواء نقصد بها عدد الأسرة و التي نوضحها من خلال الجدول الموالي خلال الفترة (2012-2021).

الجدول رقم (12): قدرة الإيواء حسب فئة التصنيف

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
فندق 5*	4242	4242	4242	4242	6734	6734	6734	7234	7345	7613
فندق 4*	1600	1600	1800	1800	2810	4508	4746	6161	6824	7935
فندق 3*	5775	5775	5829	5829	7045	5678	5886	6427	6861	7707
فندق 2*	4605	4605	4605	4605	4425	4565	5185	5381	5995	7935
فندق 1*	8407	10639	10639	11295	11295	11335	11684	12612	12724	13027
فندق غير مصنف	6250	8406	8406	8533	8533	8533	8590	9456	9456	9456
إقامة سياحية 2*	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
إقامة سياحية 1*	313	313	313	313	313	313	313	313	313	313
موتونزل طريق 2*	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
موتونزل طريق 1*	30	30	30	30	30	30	30	86	86	148

16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	نزل ريفي 2 *
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	نزل ريفي 1 *
274	274	274	274	274	274	274	274	-	-	قرية عطلة 3 *
205	205	205	91	91	91	91	91	91	28	نزل مفروش "وحيدة الصنف"
426	426	426	426	426	426	426	426	426	365	نزل عائلي "وحيدة الصنف"
9984	9984	9984	9786	9381	9381	9381	9381	9381	6145	هياكل أخرى موجهة للفندقة
170	170	170	170	170	170	170	170	170	142	محطة الاستراحة "وحيدة الصنف"
65706	61176	59242	54428	52551	52040	47502	46719	46191	38415	مجموع المؤسسات المصنفة
66560	66438	66434	64727	59713	55380	54742	52886	52613	58483	مؤسسات فندقية في طريق التصنيف
132266	127614	125676	119155	112264	107420	102244	99605	98804	96898	المجموع

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.mta.gov.dz و www.ons.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

من خلال جدول عدد الأسرة بحسب فئة التصنيف نجد أن الصنف النجوم الثالث والرابع هي الأكثر استيعاب بين الفئات الأخرى غير أن قدرة الإيواء تزايدت بشكل ملحوظ في الفنادق ذات الأربع نجوم من سنة 2016 إلى غاية 2021 لتصل إلى 7935 سرير، وتجدر الإشارة إلى أن الهياكل الأخرى الموجهة للفندقة هي مبيت الشباب بمختلف الولايات والذي يلقى إقبالا لخدماته وأسعاره الرمزية.

ت. قدرة الإيواء حسب النوع:

نوضح من خلال الجدول الموالي قدرة استيعاب الحظيرة الفندقية بحسب نوع أماكن الإيواء و مكان تواجدها .

الجدول رقم (13): قدرة الإيواء حسب النوع

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
حضري	52085	53062	54186	55988	61012	62479	69135	69861	74712	80470	81863	85577
ساحلي	31322	30302	29886	29886	27962	30380	32200	31326	32581	32926	32971	33588
صحراوي	3770	4001	5954	6058	5447	3636	4912	4928	5477	5895	6299	6620
حموي	4111	4635	5467	5467	4259	3866	4202	4266	4502	4502	4598	4598
مناخي	1089	2021	1405	1405	1825	1883	1883	1883	1883	1883	1883	1883
المجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	112264	119155	125676	127614	132266

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قدرة الإيواء بحسب النوع متزايدة خلال العشر سنوات كما هو موضح وتغلب على الفنادق الحضرية والساحلية نظرا لقربها من المناطق الشمالية لتوفر كل المتطلبات و الخدمات السياحية.

ث. قدرة الإيواء حسب الطبيعة القانونية:

و التي تصنف بين عمومي و خاص و مختلط و المبينة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (14): قدرة الإيواء حسب الطبيعة القانونية

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عمومي	15597	15597	18613	18613	18613	18613	18613	18613	18613	18657	19215	19557
خاص	71184	72420	72407	74313	74744	77383	82301	87145	93992	99230	100610	104920
الجماعات المحلية (مختلط)	5596	6004	5878	5878	6248	6248	6506	6506	6506	7789	7789	7789
المجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	112264	119155	125676	127614	132266

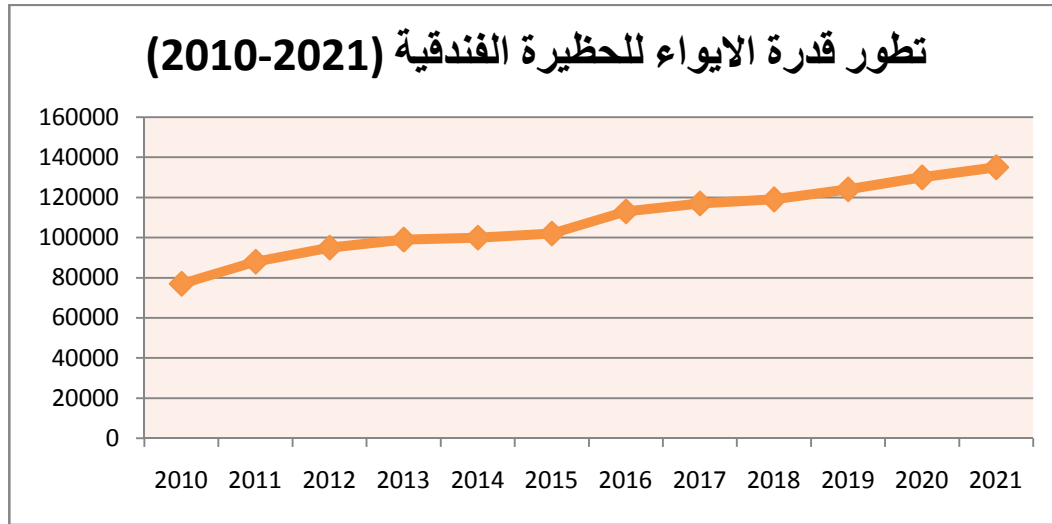
المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن الخواص هي الصفة الغالبة في قدرة استيعاب أماكن الإيواء و الفنادق، و في نفس الوقت هناك تزايد مستمر في قدراتها الاستيعابية لكافة الأصناف خلال (2010-2021) نظرا للخدمات المستحدثة المقدمة و التي تلقى تفضيل الأفراد.

و من الجدير بالذكر من خلال الجداول السابقة أن قدرة إيواء الفنادق في تزايد مستمر وأن فنادق ثلاث وأربع نجوم هي الفنادق السائدة والفنادق الخاصة تحتوي قدرة إيواء أكبر من العمومية والمختلطة المتواجدة في المدن هي الأكثر نظرا للإقبال على الأماكن التي تضم كافة المرافق رغم مجهودات الدولة المبذولة إلا أن الصناعة الفندقية مازالت بحاجة إلى بذل مجهودات أكبر من الجهات المسؤولة، و الشكل الموالي يبين قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية.

الشكل رقم (17): تطور قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية (2010-2021).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني

للإحصائيات، www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

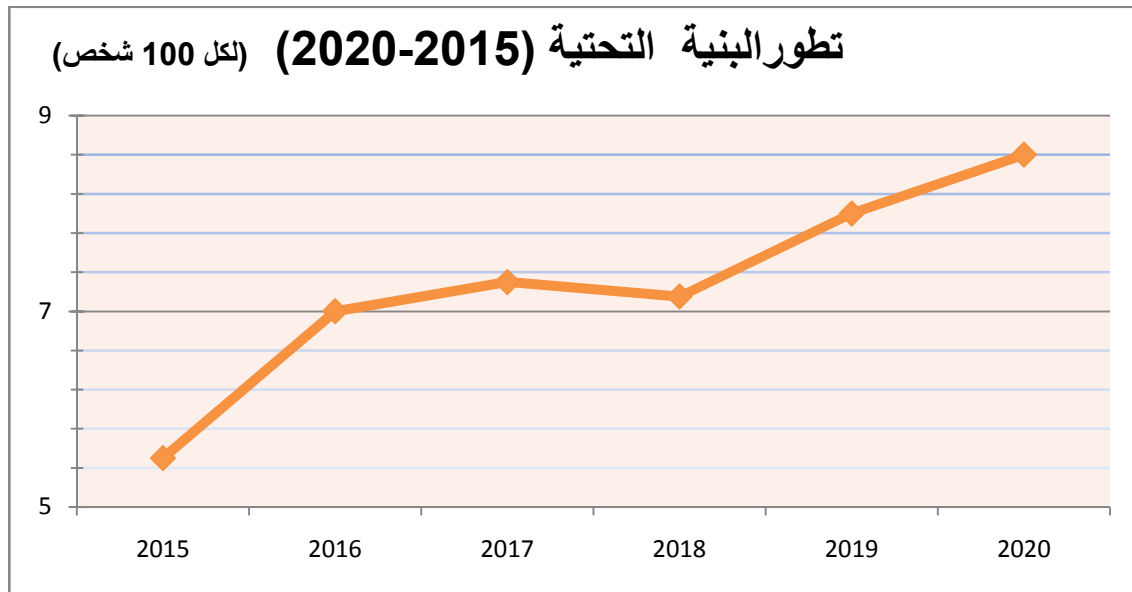
من خلال الرسم البياني الموضح في الشكل السابق و الذي يبين لنا أن الحظيرة الفندقية بما تملكه من قدرة على الإيواء في تطور مستمر خلال عشر سنوات الأخيرة ولو بوتيرة بطيئة، إلا أن تحسين الخدمات الفندقية وتزايد عدد الفنادق والانفتاح الاجتماعي للمواطنين وعوامل عديدة جعلت من الضروري تواجد الفنادق بصورة كثيفة على اختلاف نوعها وتصنيفها.

2. البنية التحتية:

تساعد البنية التحتية الأساسية في تحديد مدى نجاح القطاع السياحي، و ذلك من خلال الاستثمار في مجالات المياه والصرف الصحي والطاقة والنقل وكذا التكنولوجيات الحديثة ولا ننسى مجال المعلومات والاتصالات إذ يساعد على تشجيع الإقبال السياحي.

ومن خلال المنحنى البياني التالي نوضح تطور البنية التحتية للجزائر من 2015 إلى 2020:

الشكل رقم (18): تطور البنية التحتية (2020-2015).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 28-08-

2022

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تطور في الاستثمار وإنجاز البنية التحتية في أغلب المشاريع والاهتمام بشكل واسع بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا الطرق غير أنه ما بين 2017-2018 نجد ن هناك تراجع وذلك بسبب تجميد عدد من المشاريع بسبب الوضع السياسي الذي كان يسود البلاد، و الإجراءات المرافقة لسياسة التسقيف و التقشف .

و سنأتي على تفصيل شامل لكل قطاعات البنية التحتية كمايلي :

أ. النقل الجوي:

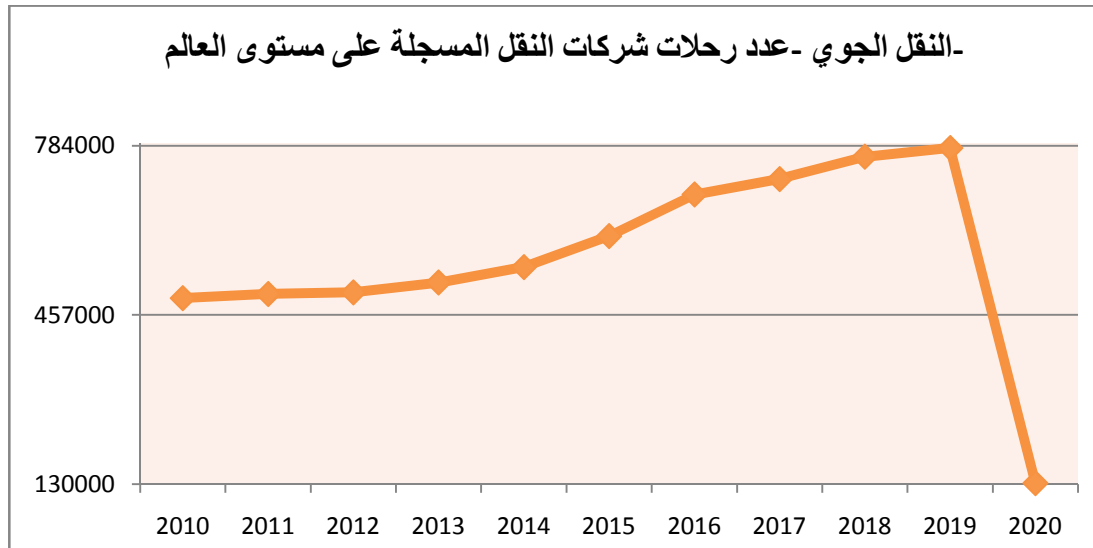
والذي يتحدد من خلال بعض المؤشرات وهي¹:

- النقل الجوي من حيث عدد رحلات شركات النقل المسجلة على مستوى العالم:

عدد رحلات شركات النقل المسجل في كافة أنحاء العالم هو عبارة عن عدد مرات الإقلاع محليا وإلى خارج البلاد التي تقوم بها شركات النقل الجوي المسجلة في البلد.

وبجهود مبذولة من طرف الدولة إلى توفير وفتح شركات النقل الجوي والعمل على تطويره بكافة متطلباته والملاحظ من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(19): عدد رحلات شركات النقل المسجلة على مستوى العالم (2010-2020)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن عدد رحلات شركات النقل المسجلة عبر العالم (الرحلات الجوية) تزايدت بوتيرة بسيطة من خلال السنوات (2010 إلى 2013) تقريبا 501 ألف رحلة، ومع

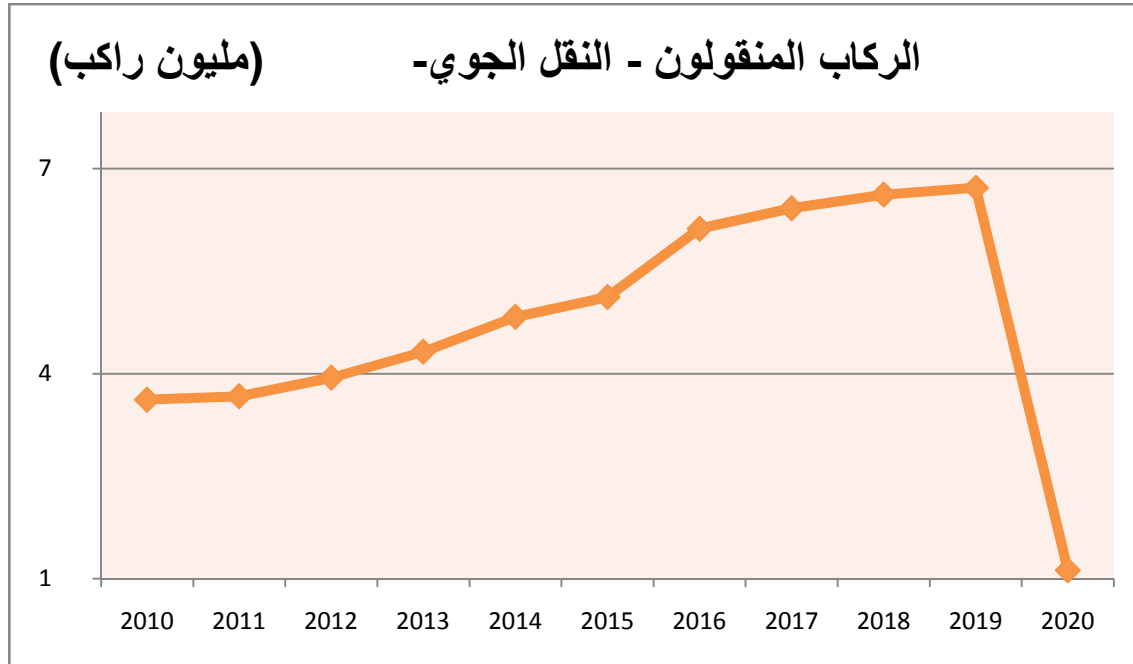
¹ المنظمة الدولية للطيران المدني وإحصائياتها العالمية <https://tsairport> .

تحسن الوضع المعيشي للأفراد أصبح هناك إقبال على السفر، فتزايدت عدد الرحلات من 2014 إلى غاية 2019 حيث بلغ سنة 2018 ذروته بـ 765 ألف رحلة جوية ثم أخذ في النزول والسقوط الحر لعدد الرحلات مع ارتفاع حالات جائحة كورونا وما صاحبها من إجراءات الغلق التام سنة 2020.

- النقل الجوي من حيث الركاب المنقولون:

ويشمل ركاب الرحلات الجوية المنقولون (ركاب كل نوعي رحلات الطيران المحلية والدولية التي تقوم بها شركات النقل الجوي المسجلة في البلد)، والتي تظهر لنا من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (20): الركاب المنقولون - النقل الجوي - (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

نلاحظ من خلال الشكل السابق تزايد في عدد الركاب المستخدمين للرحلات الجوية من 2010 إلى غاية سنة 2019، أما في سنة 2020 سجلت انخفاض كبير في عدد الركاب وذلك بسبب

إجراءات الغلق الخاصة بجائحة كورونا، من حيث نوعية الركاب فنجد أن نسبة كبيرة من المسافرين هم الجزائريون المقيمون في الخارج.

والمنحنى بالشكل أعلاه الخاص بالركاب المنقولين يطابق الشكل رقم (20) الخاص بعدد الرحلات، و الذي يبين أن غالبية المسافرين يعتمدون على التنقل جوا و ذلك للخدمات المطلوبة من سرعة وأمان رغم التكاليف التي يدفعونها.

ب. النقل البري :

ينقسم إلى النقل الطرقي و هو إنشاء خاص بالسيارات و الراجلين و النقل بالسكة الحديدية.

- النقل الطرقي :

هو النقل بين نقطتين فدراسة شبكات النقل عبر الطرقات لا تقتصر على الخصائص الإجمالية فحسب بل التعرف على البنية المكانية و كثافة شبكات الطرق¹.

• تتكون شبكة الطرق الجزائرية حاليا من² :

- 1216 كيلومتر من الطريق السيار شرق غرب، 1100 كيلومتر مستغلة لحركة المرور؛
- أكثر من 127000 كم، منها ما يفوق 96000 كم معبدة؛
- 10102 من الهياكل الهندسية نعد منها 3478 على الطريق السيار شرق غرب؛
- و هناك منشآت فنية تستحق الإشارة إليها لأنها تشكل روائع حقيقية مثل :جسر صالح باي بقسنطينة، و العمل على وادي ديب بميلة و وادي رخام بالبويرة.

- النقل بالسكك الحديدية:

سبق و تحدثنا على شبكة السكك الحديدية والنقل بالجزائر وبحسب إحصائيات البنك الدولي فإن مؤشر النقل بالسكك الحديدية يعتمد على طول مسار خطوط السكك الحديدية.

¹ نجلاء غرابي ،توفيق مازوز ،شبكة الطرق بالتجمع الحضري عنابة ،مجلة مركز البحوث الجغرافية و الكارتوجرافية ،العدد29، كلية الآداب،جامعة المنوفية ،مصر، 2020، ص129.

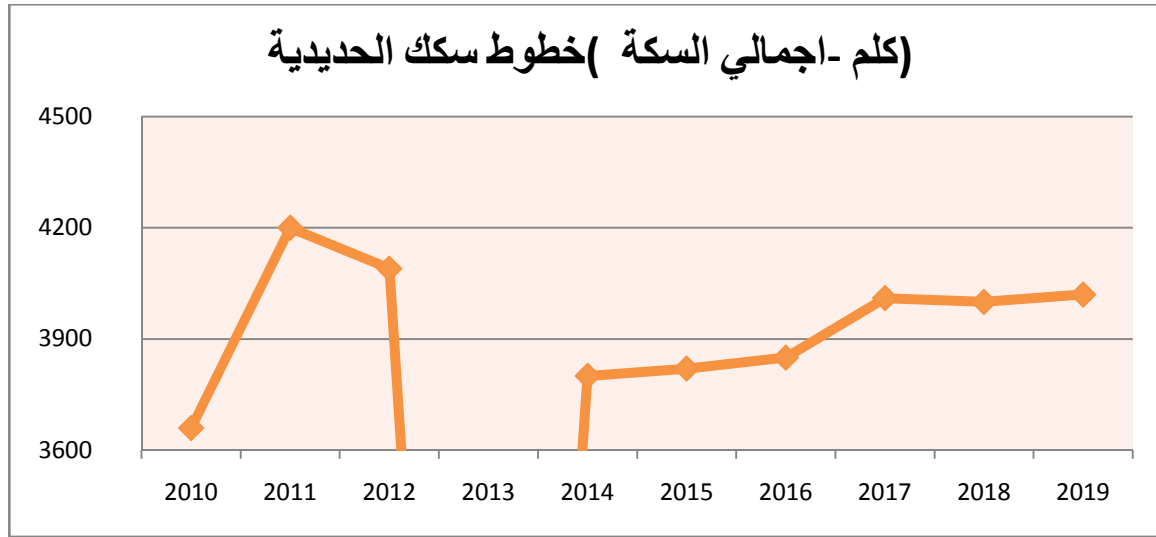
² وزارة الأشغال العمومية الموقع : www.mtp.gov.dz تاريخ الاطلاع : 2022-07-11 .

• خطوط سكك حديدية:

تمثل خطوط السكك الحديدية¹ طول مسار السكك الحديدية المتاح لخدمة القطارات، دون النظر إلى عدد القضبان المتوازية.

وفقا لإحصائيات البنك الدولي تحصلنا على المنحنى الموجود بالشكل الموالي:

الشكل رقم(21): خطوط السكك الحديدية - إجمالي السكة /كلم - (2010-2019).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

من خلال الشكل السابق نجد أن التوجه نحو اعتماد الجزائر للسكك الحديدية جعلها تولي اهتمام بتجديد وفتح جميع خطوط السكك الحديدية وإصلاحها بعدما توقف الاهتمام بهذا النوع من وسائل النقل وحققت بين 2010 و 2011 قفزة في زيادة مسار السكك الحديدية والتي انتقلت من 363 كلم إلى 427 كلم، وذلك باستلام شركة إستالدي الإيطالية² المتخصصة في بناء خطوط السكك الحديدية بمناقصة تبلغ قيمتها 417 مليون أورو، ما يعادل 550 مليون دولار لإنشاء خط

¹ البنك الدولي، إدارة النقل والمياه وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، شعبة النقل، www.elbankaldawli.org

² <https://www.echoroukonline.com> consulté le: 23/03/2022.

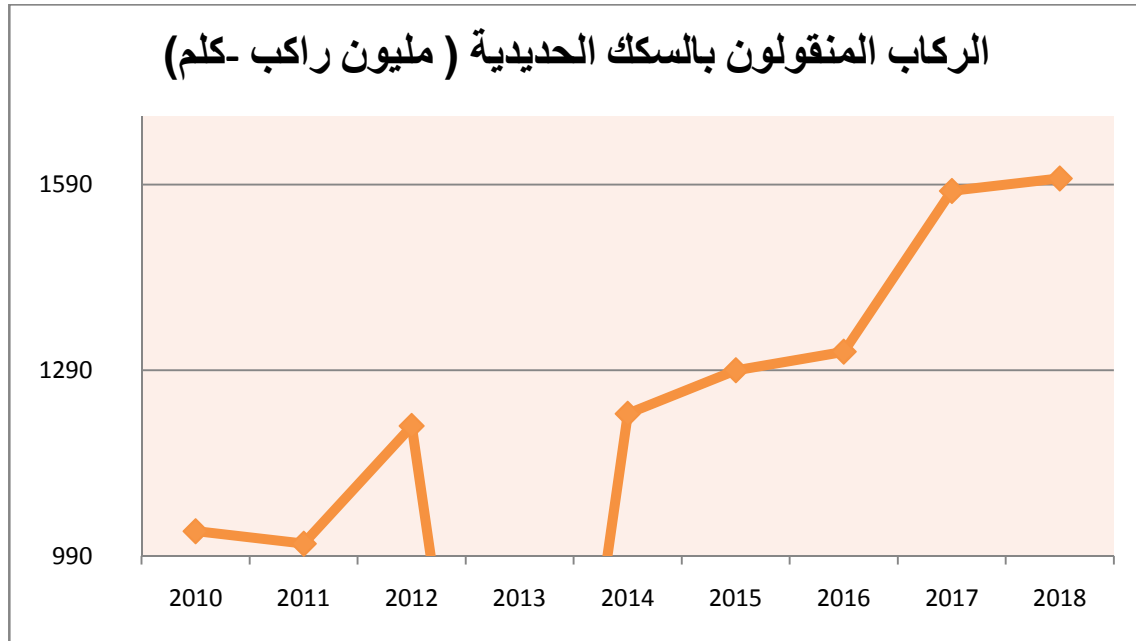
سكك حديدية جديد في الجزائر في إطار الشراكة مع مجمع كوسيدار، يربط بين ولايتي سعيدة و تيارت، وقيمة الصفقة الكلية 870 مليون دولار بآجال إنجاز محددة بـ46 شهرا.

وبما أن هذا المجال يحتاج إلى الصيانة الدائمة بسبب تعرضه لعوامل الطبيعة و ما تحمله خطورة عدم صيانة قضبانه الحديدية فكان هناك تراجع تام في إحصاء عدد خطوط السكك الحديدية المستغلة (انقطاع إحصاءات الجهات المختصة خلال سنتي من 2012 إلى 2014 لأشغال الصيانة والتجديد) و استئناف تسجيل السكك الحديدية المستغلة و التي وصلت خلال السنة 2014 إلى 3790 كلم، وعاد ليزيد توسع السكك الحديدية شيئا فشيئا إلى غاية ثبوته بين سنتي 2017 و 2019 بـ3995 كلم.

• الركاب المنقولون بالسكك الحديدية:

بالاعتماد على الإحصائيات المقدمة من البنك الدولي والديوان الوطني للإحصائيات تحصلنا على المنحنى المبين في الشكل والجدول المواليين:

الشكل رقم(22): الركاب المنقولون بالسكك الحديدية(مليون راكب-كم)(2010-2018).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

و يوضح الجدول الموالي حركة المسافرين بالسكة الحديدية مابين سنتي 2016 و 2018:

جدول رقم(15): حركة المسافرين بالسكة الحديدية (2016-2018).

الحركة	الوحدة	2016	2017	2018
طول الشبكة	كيلومتر	3824	3995	3995
عدد المسافرين	ألف	37686	42974	39536
عد المسافرين في الكلم	10 ⁶ مسافر/كلم	1337	1550	1602

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات

الموقع: www.ons.dz تاريخ الاطلاع : 11-07-2022.

من خلال المعطيات الإحصائية السابقة نجد أن متوسط تنقل المسافرين عبر السكك الحديدية خلال السنوات من 2016 إلى 2018 هو: 1496 مليون مسافر في الكيلومتر وهذا يعتمد على رغبة المسافر في استخدام السكك الحديدية لما توفره من رفاهية في التنقل وتمتع بالمناظر الطبيعية وكذا الأسعار المناسبة بالمقارنة ووسائل النقل الأخرى.

ت. النقل البحري:

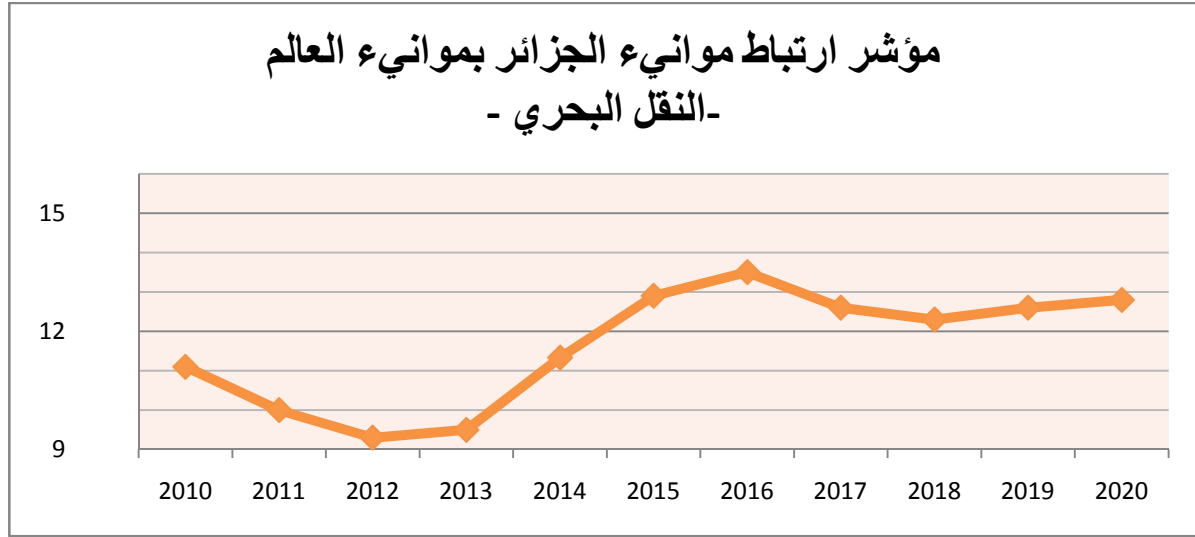
بحسب الإحصائيات المقدمة من طرف البنك الدولي يقاس النقل البحري بمؤشر يسمى مؤشر ارتباط موانئ الدولة بموانئ العالم حيث يسجل هذا الأخير مدى جودة ربط البلاد بشبكات الملاحة الدولية، ويتم حساب هذا المؤشر والذي قدم في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية استنادا إلى خمس مكونات لقطاع النقل البحري وهي:¹

عدد السفن، سعة الحاويات والسعة القصوى للسفينة، عدد الخدمات المقدمة وعدد الشركات التي تقوم بتشغيل سفن الحاويات في موانئ البلد.

والشكل التالي يوضح تطور النقل البحري بالجزائر وفق المؤشر المذكور:

¹ البنك الدولي <https://www.albankaldawli.org>.

الشكل رقم (23): مؤشر ارتباط موانئ الجزائر بموانئ العالم -النقل البحري- (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

من خلال الشكل السابق المبين لمؤشر ارتباط موانئ البلاد بالموانئ الدولية، بحيث نلاحظ تذبذب في قيمة المؤشر والذي سجل أعلى قيمة له 13.2 سنة 2016.

ث. الخدمات السياحية:

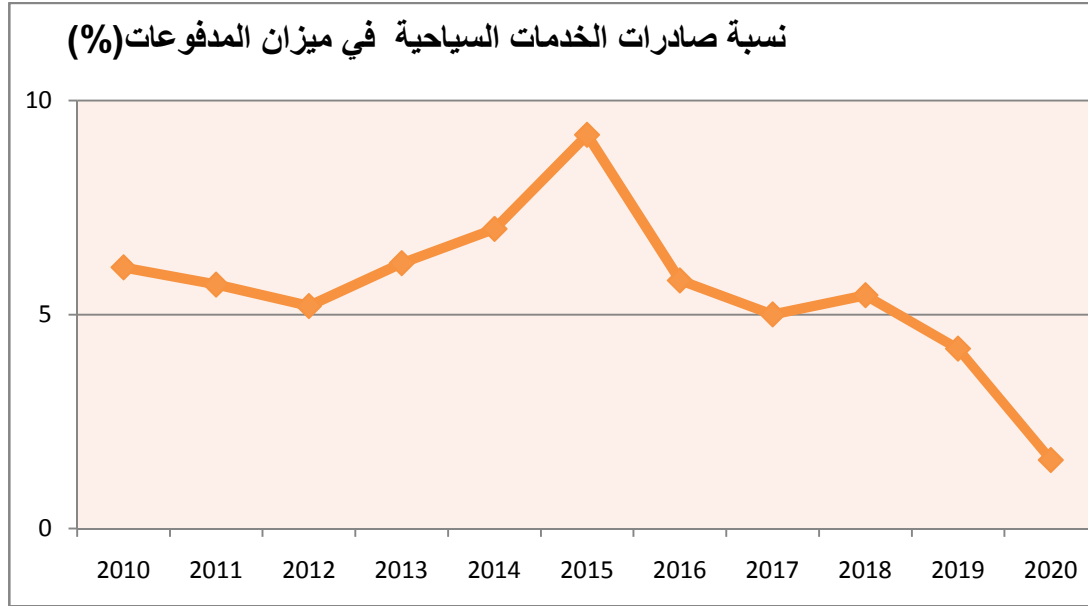
تغطي خدمات السفر (نسبة من صادرات الخدمات في ميزان المدفوعات) السلع والخدمات التي تم الحصول عليها من اقتصاد ما بواسطة المسافرين في هذا الاقتصاد لاستعمالاتهم الخاصة خلال زيارات عدة لا تقل عن سنة واحدة إما لأغراض أنشطة الأعمال أو لأغراض شخصية.¹

حيث أنه لم يرد تعريف للمعاملات الدولية في الخدمات في دليل ميزان المدفوعات الصادر عن صندوق النقد الدولي² (1993)، غير أن المعطيات تختلف بحسب التعاريف الموضوعة ويمكن القول أن صادرات الخدمات هي الناتج الاقتصادي من السلع الأساسية غير الملموسة.

¹ موقع البنك الدولي: <https://www.albankaldawli.org> تم الإطلاع في: 2022/08/24.

² موقع صندوق النقد الدولي: <https://www.imf.org> تم الإطلاع بتاريخ: 2022/08/24.

الشكل رقم (24): نسبة صادرات الخدمات السياحية في ميزان المدفوعات (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

من خلال تحليل الشكل رقم (25) نجد أن أهم القطاعات المصدرة للخدمات هو قطاع السياحة حيث بلغت نسبة صادرات الخدمات السياحية من ميزان المدفوعات كأقصى قيمة لها خلال العشر سنوات الأخيرة سنة (2015) بنسبة 9.2% ثم تناقصت بين سنتي 2016 و 2017 لتصل إلى 5.5% لترتفع بشكل ضئيل، وتعود للانخفاض حتى سنة 2020 (جائحة كورونا).

ج. الاتصالات:

الجهة المشرفة على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر هي سلطة البريد والاتصالات الإلكترونية (ARPCE)¹ والتي أنشأت وفقا للقانون رقم 03-2000 مؤرخ في 2000/08/05 في المادة (11) منه، والتي تعمل على تعزيز قطاعي البريد والاتصالات الإلكترونية من خلال العمل على كل متعلقات وإجراءات إنشاء أو استغلال شبكات الاتصالات الإلكترونية وتوفير خدمات

¹ سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية <https://www.arpce.dz> تم الإطلاع بتاريخ: 2022/08/25.

وتراخيص مختلفة و أداءات البريد، ونقدم بعض الإحصائيات الأخيرة للاتصالات بحسب أنواعها فيما يلي:

أ. الهاتف الثابت:

- حالة الحظيرة الهاتفية:

من خلال الجدول الموالي عدد المشتركين للهاتف الثابت بمختلف أنواع الخطوط الهاتفية.

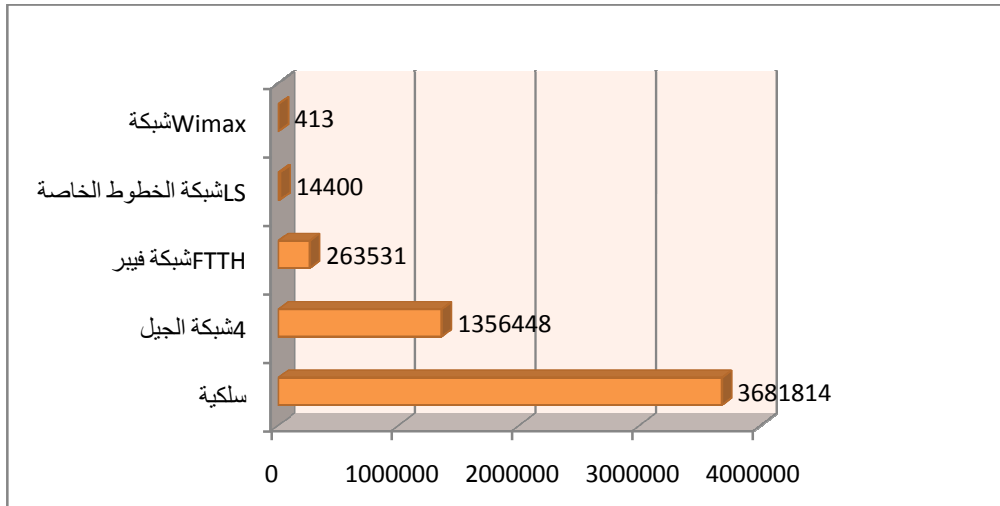
الجدول رقم(16): مشتركى الهاتف الثابت الثلاثى الثانى 2022

الثلاثى الثانى 2022					
نوع المشتركين	سلكية	شبكة الجيل 4	شبكة فيبر FTTH	شبكة LS	شبكة Wimax
عدد المشتركين	3681814	1356448	263531	14400	413
المجموع	5316606				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات اتصالات الجزائر،

الموقع: <https://www.algeriatelecom.dz/ar> تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

الشكل رقم (25) : مشتركى الهاتف الثابت الثلاثى الثانى 2022.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (16).

هناك توسع في استخدام الهاتف الثابت السلكي و الذي وصل عدد المشتركين إلى 3681814 مشترك .

- متوسط الاستخدام الشهري للمشاركين بالدقيقة:

نستعرض في مايلي متوسط استخدام مشتركى الهاتف الثابت شهريا:

الجدول رقم(17): متوسط الاستخدام الشهري للمشاركين بالدقيقة

بالدقيقة	
21	متوسط الاستخدام الشهري للمشاركين

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات اتصالات الجزائر،

الموقع: <https://www.algeriatelecom.dz/ar> تاريخ الاطلاع: 11-07-2022 .

- تطور الحظيرة الهاتفية من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022:

بلغت نسبة الزيادة في الحظيرة الهاتفية مابين الثلاثي الثاني 2021 و الثلاثي الثالث 2022

تقريبا 7%، و ذلك من خلال بيانات الجدول و الشكل المواليين:

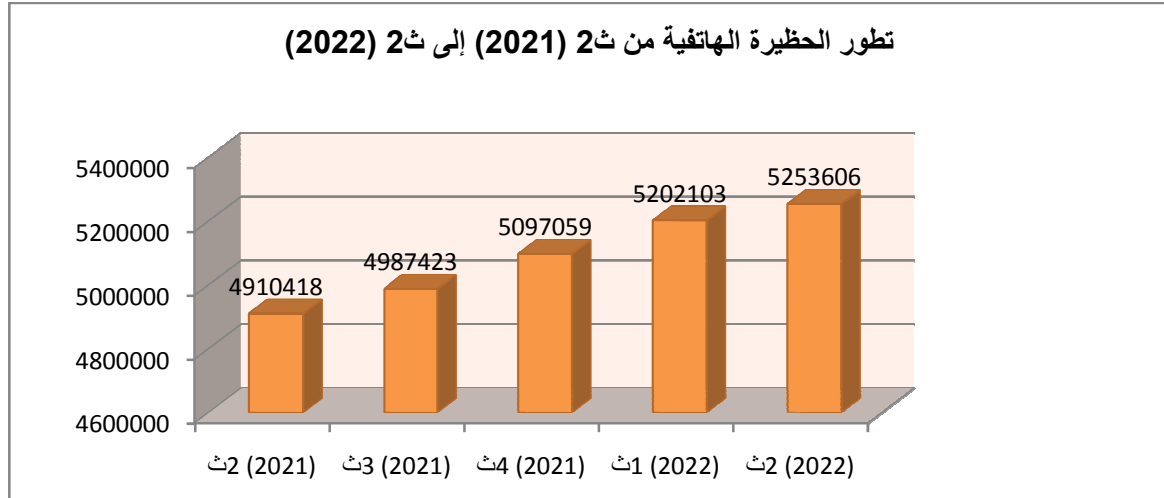
الجدول رقم (18): الحظيرة الهاتفية من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022

ث2 (2022)	ث1 (2022)	ث4 (2021)	ث3 (2021)	ث2 (2021)	
5253606	5202103	5097059	4987423	4910418	الحظيرة الإجمالية
% 0.99+	%2.23+	%2.2+	%1.57+		النسبة (%)
%6.99+			النسبة بين [ث2(2021) و ث2(2022)]		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات اتصالات الجزائر،

الموقع: <https://www.algeriatelecom.dz/ar> تاريخ الاطلاع: 11-07-2022 .

الشكل رقم (26): تطور الحظيرة الهاتفية من ث2 (2021) إلى ث2 (2022).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (18).

نجد أن هناك تطور في استخدام الهاتف الثابت والذي يوفر خدمة الانترنت الثابتة عالية التكنولوجيا، وتجدر الإشارة إلى أنه مستغل بنسبة كبيرة من طرف المؤسسات العمومية والهيئات التابعة للدولة بالمقارنة مع المواطنين.

ب. الهاتف النقال:

كما سبق وذكرنا أنه يوجد ثلاث متعاملين متنافسين في مجال الهاتف النقال ومن خلال عرض الجدول والمنحنى التاليين والذين يبينان عدد مشتركى الهاتف النقال (جيزي، موبيليس، ونجمة) من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022.

الجدول رقم (19): تطور الحظيرة الهاتفية للهاتف النقال لمختلف المتعاملين (ث2/2021-ث2/2022)

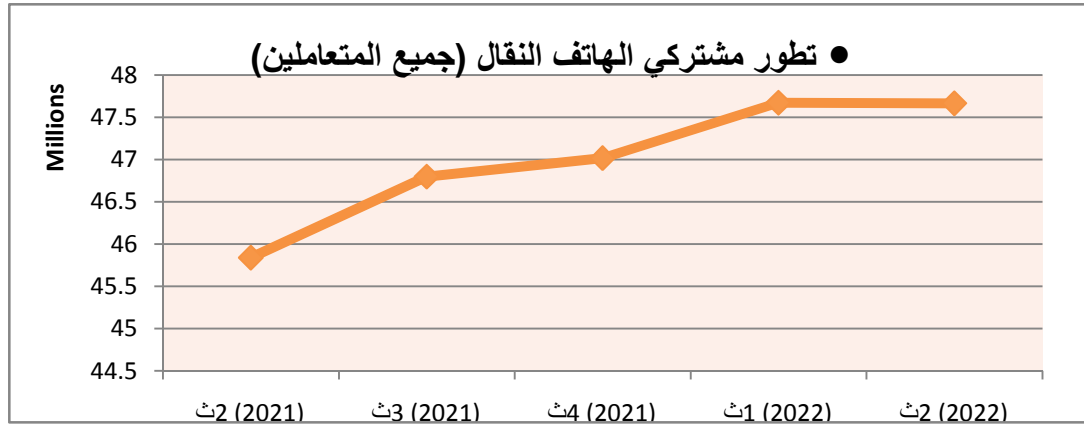
ث2 (2022)	ث1 (2022)	ث4 (2021)	ث3 (2021)	ث2 (2021)	
20304274	20304274	19829935	19676261	19220771	موبيليس
14672436	14661938	14593618	14341512	14215439	جيزي
12624923	12705272	12592204	12479416	12402968	أوريدو (نجمة)
47665225	47671484	47015757	46797189	45839178	المجموع
3.98+		النسبة بين ث2 (2021) و ث2 (2022)			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

<https://www.arpce.dz> تم الإطلاع بتاريخ 2022/08/25.

من خلال الجدول نلاحظ أن هناك زيادة طفيفة من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022 قدرت بـ 3.98% لمجموع مشترك كافة الفئات الذي انتقل من 45.839 مليون مشترك إلى 47.665 مليون مشترك و موبيليس هو المتعامل الأكثر طلبا.

الشكل رقم (27) : تطور مشترك الهاتف النقال (جميع المتعاملين).

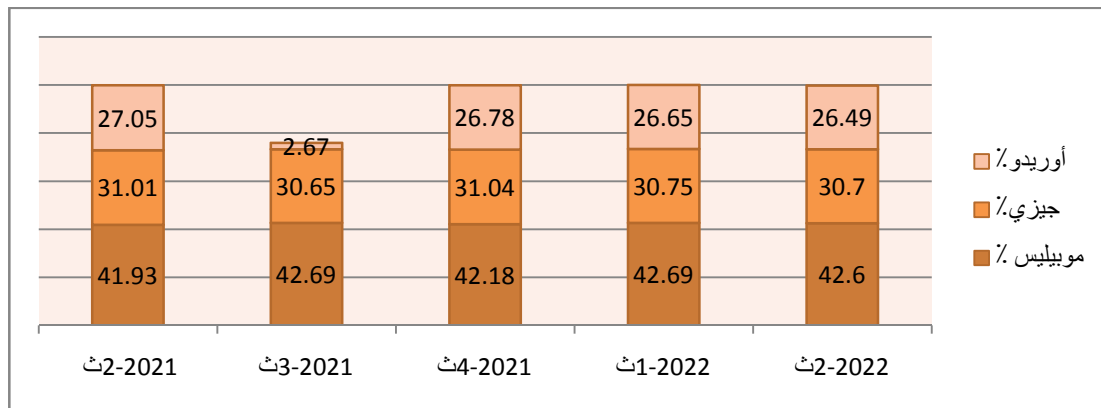


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (19) .

- تطور الحظيرة الهاتفية للهاتف النقال بحسب النوع :

من خلال الشكل الموالي يتضح أن هناك شريحة كبيرة لمستخدمي موبيليس بالمقارنة و المتعاملين الآخرين .

الشكل رقم (28) :نسبة تطور حظيرة الهاتف النقال (جميع المتعاملين).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

تم الإطلاع بتاريخ 2022/08/25 <https://www.arpce.dz>

- الانترنت:

يوجد نوعين؛ انترنت الهاتف الثابت وانترنت الهاتف النقال:

○ انترنت الهاتف الثابت:

تم رصد تطور بسوق الانترنت الثابتة للفترة بين الثلاثي الثاني 2021 والثلاثي الثاني 2022 حيث بلغت نسبة الزيادة بـ 10.13% و المبينة في مايلي:

الجدول رقم(20): تطور سوق انترنت الهاتف الثابت (ث 2-2021 / ث 2-2022)

ث 2 (2022)	ث 1 (2022)	ث 4 (2021)	ث 3 (2021)	ث 2 (2021)	
4.35	4.29	4.16	4.04	3.95	انترنت الهاتف الثابت (مليون)
+ 10.13%		النسبة [بين ث 2 (2021) و ث 2 (2022)]			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

<https://www.arpce.dz> تم الإطلاع بتاريخ 2022/08/25.

○ انترنت الهاتف النقال:

بالنسبة لتطور بسوق الانترنت للهاتف النقال للفترة بين الثلاثي الثاني 2021 والثلاثي الثاني 2022 سجلت نسبة زيادة قدرت بـ 7.35% و المبينة في مايلي:

الجدول رقم(21): تطور سوق انترنت الهاتف النقال (ث 2-2021 / ث 2-2022)

ث 2 (2022)	ث 1 (2022)	ث 4 (2021)	ث 3 (2021)	ث 2 (2021)	مليون
42.91	42.69	41.78	41.26	39.97	إجمالي مشترك انترنت الهاتف النقال (مليون)
+ 7.36%		النسبة [بين ث 2 (2021) و ث 2 (2022)]			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

<https://www.arpce.dz> تم الإطلاع بتاريخ 2022/08/25.

○ مقارنة انترنت الهاتف الثابت مع انترنت الهاتف النقال:

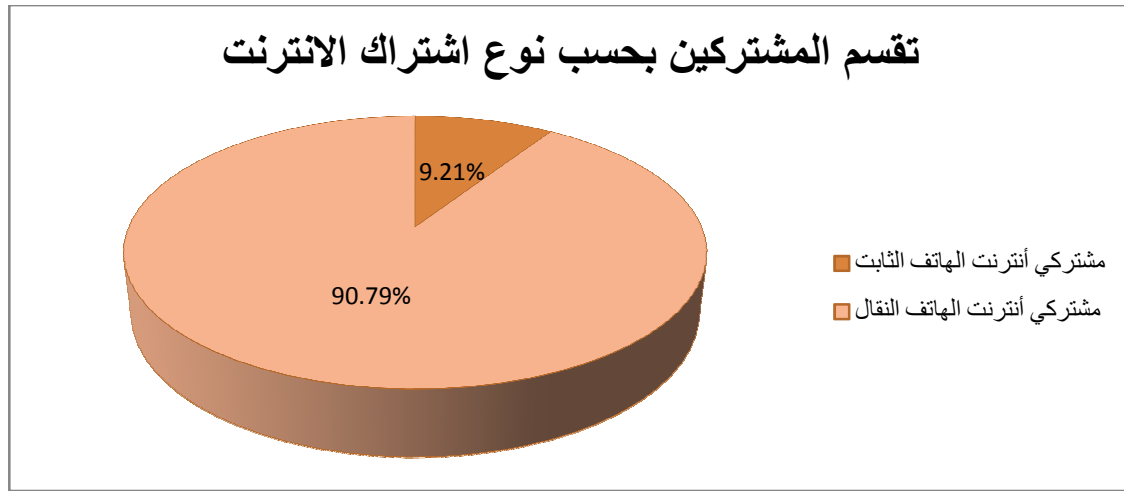
في نهاية جوان 2022 بلغ عدد مشترك الانترنت بكافة الأصناف: 47.258 مليون مشترك.

الجدول رقم (22): الحظيرة الإجمالية للانترنت جوان 2022

الثلاثي الثاني 2022	
4350163	مشتري انترنت الهاتف الثابت
42907380	مشتري انترنت الهاتف النقال
47257543	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية
<https://www.arpce.dz> تم الإطلاع بتاريخ 2022/08/25.

الشكل رقم (29): تقسم المشتركين بحسب نوع اشتراك الانترنت.

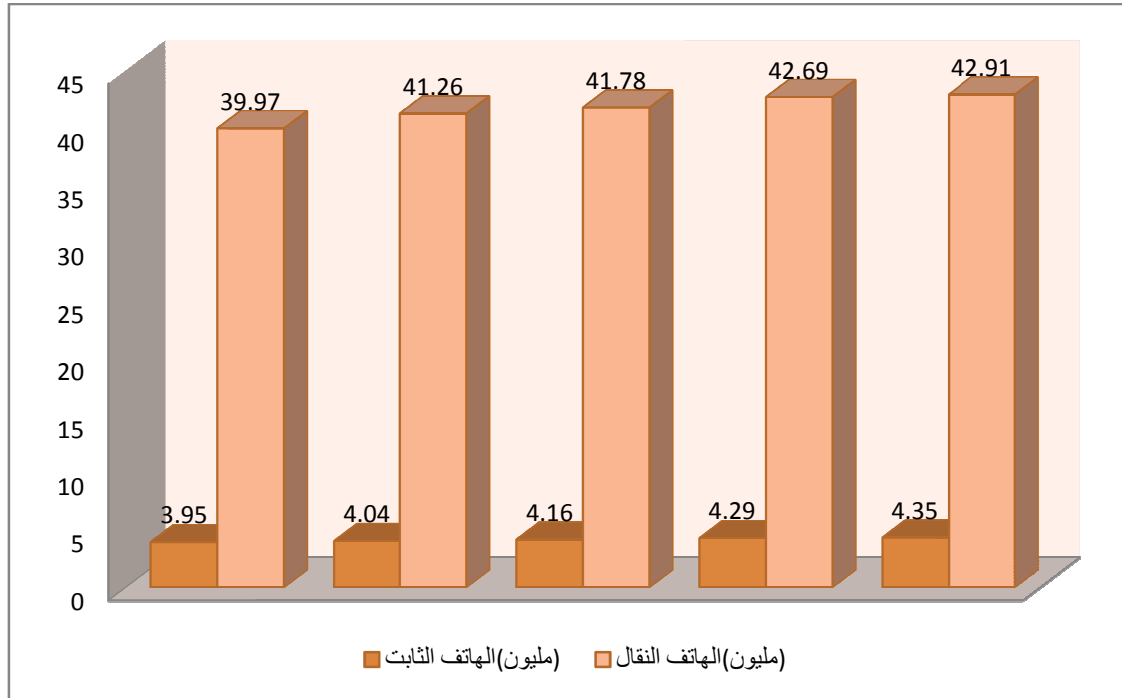


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (22).

نلاحظ أن نسبة مشتري الانترنت للهاتف الثابت نسبة صغيرة جد بالمقارنة وانترنت الهاتف النقال الذي بلغ نسبة 90.79% وذلك للسهولة والتواجد 24/24 ساعة وسهولة التنقل بها.

○ تطور انترنت الصنفين من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022:
 من خلال الشكل أدناه نجد أن الزيادة في عدد مشتري الانترنت بين الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022 ليست بالكبيرة بين كلا النوعين، حيث بلغت في مشتري انترنت الهاتف النقال 2.94 مليون مشترك بينما سجلت زيادة 400 ألف مشترك في انترنت الهاتف الثابت.

الشكل رقم (30): تطور انترنت الصنفين من الثلاثي الثاني 2021 إلى الثلاثي الثاني 2022.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية <https://www.arpce.dz> و معطيات الجدولين رقم (20) و (21)

تم الإطلاع بتاريخ: 2022/08/25.

من خلال ما تقدم نجد أن قطاع الاتصالات و إن خشي خطوات عملاقة و شهد تطورات هائلة إلا أنه يعاني من مشاكل عديدة فهو مكلف جدا، و يعاني بعض الاعطاب الوقتية و تذبذب الخدمات و الشكاوى فيما يخص الهاتف النقال من سوء التغطية و ما إلى ذلك، غير أن المجهودات مازالت متواصلة في تقديم الأفضل.

حاولنا من خلال المبحث السابق تقديم تطورات الصناعة السياحية بمؤشرات إحصائية ورغم اختلاف القطاعات و تداخلها، فالصناعة السياحية تحتاج المزيد لترقيتها لأنها تعتمد على تكامل عدة قطاعات أغلبها خدمي لتقديم الأفضل، و تحتاج إلى مواكبة التطورات السريعة في مجالات عديدة و استخدام التكنولوجيات الحديثة لتبرز وتتمكن من ترقية الصناعة السياحية .

3. الوكالات السياحية:

تعد الوكالات السياحية من أهم المنشآت القاعدية للسياحة، وتقوم باستقطاب السياح، من خلال التنظيم والتخطيط وبيع الرحلات السياحية وحجز التذاكر بمختلف أنواعها وكذا حجوزات الفنادق والأماكن السياحية وتقديم التسهيلات اللازمة والقيام بالترويج والتسويق ووضع نشرات سياحية تساعد على الإقبال على خدماتهم السياحية سواء للرحلات داخل الوطن أو خارجه.

إن نجد أن الجزائر تحتوي على عدة وكالات سياحية بلغت العام الحالي 4267 وكالة والجدول التالي يبين تطور عدد الوكالات السياحية الوطنية للفترة (2015-2021).

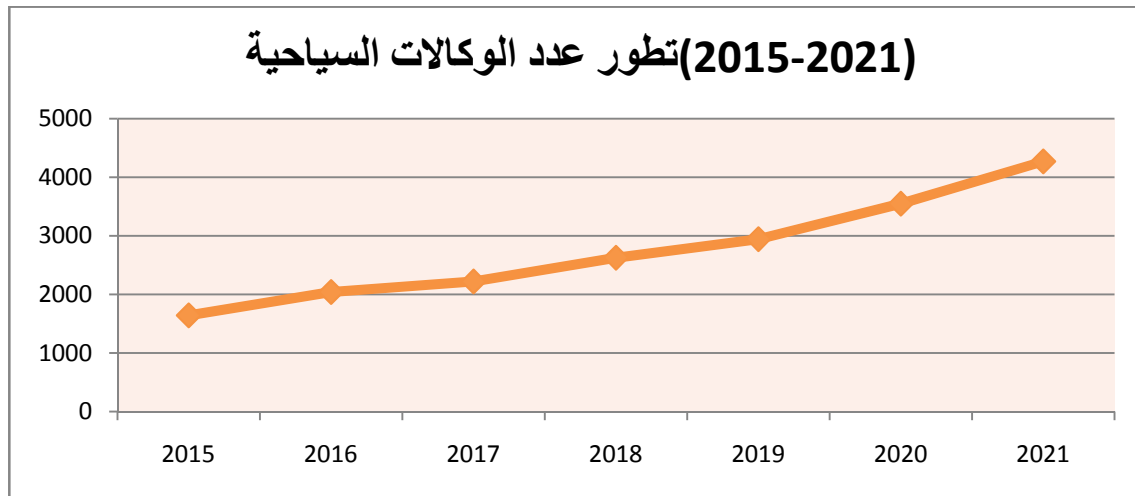
الجدول رقم (23): تطور عدد الوكالات السياحية

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد الوكالات السياحية	1643	2041	2220	2626	2942	3546	4267

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات.

www.mta.gov.dz و www.ons.dz، تاريخ الاطلاع: 11-07-2022.

الشكل رقم (31): تطور عدد الوكالات السياحية (2015-2021).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (23).

من خلال الشكل والجدول السابقين نخلص إلى أنه هناك زيادة وارتفاع في عدد الوكالات السياحية والتي سهلت الكثير على طالبي السفر من تقديمها كافة الخدمات والحجوزات، سواء محليا أو دوليا، وساهمت في توفير مناصب شغل في القطاع السياحي.

المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للصناعة السياحية وسياسات الدولة لترقيتها

من خلال عرضنا للمبشرين السابقين نجد أن الجزائر تتمتع بمقومات سياحية كبرى ولها من الإمكانيات المادية بما يكفي للعمل على ترقية وتطوير الصناعة السياحية إلا أنها الأقل جذبا للسياح وذلك لعدم العمل على خدمة العرض السياحي، و مع ذلك فإن الجهود قائمة من أجل ضمان شروط استدامة وجودة المنتج السياحي من خلال المؤسسات العاملة في القطاع، ووضع الجزائر إستراتيجيات على المدى الطويل والاهتمام بتمويل المشاريع الاستثمارية السياحية سواء للخواص أو بإشراف من المؤسسات العمومية.

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى أهم آثار الصناعة السياحية على الاقتصاد الوطني وكيفية الاستثمار في القطاع السياحي وتمويله من خلال المخططات التنموية المبرمجة ضمن إستراتيجيات الدولة للتنمية الاقتصادية و خاصة في مجال السياحة.

المطلب الأول: أثر الصناعة السياحية على الاقتصاد الوطني

من خلال الحركة السياحية في العالم ينتج هناك عدة آثار تنعكس على الاقتصاد، فتعود بالنفع على العديد من القطاعات الأخرى، غير أن استفادة الاقتصاد الوطني في الجزائر كانت محدودة في مجال الصناعة السياحية وسيتم التركيز في هذا المبحث على أهم الآثار وذلك كن خلال عرضها بمؤشرات إحصائية.

أولا: أثر الصناعة السياحية على ميزان المدفوعات:

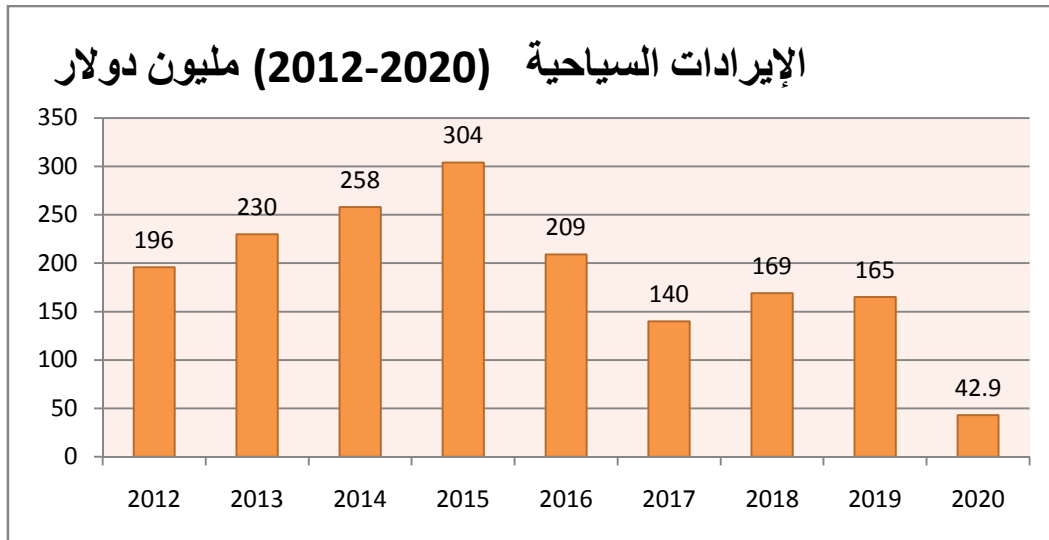
نتناول في هذا العنصر من البحث دراسة الإيرادات و النفقات السياحية للصناعة السياحية و أثرها على ميزان المدفوعات.

1. أثر الصناعة السياحية على الإيرادات السياحية:

تتكون إيرادات السياحة الدولية¹ من نفقات الزوار الدوليين القادمين، بما في ذلك المدفوعات الموجهة لشركات النقل الوطنية لغرض النقل الدولي كما تشتمل على أي مبالغ مدفوعة مقدما نظير سلع أو خدمات يتم الحصول عليها داخل البلاد وتتضمن كذلك الإيرادات المتحصل عليها من زوار اليوم الواحد غير الحالات التي وضعت في تصنيف مستقل، أما في احتساب حصتها في الصادرات كنسبة من صادرات السلع والخدمات والتي تدخل فيها جميع المعاملات التي تعقد بين أطراف مقيمة في بلد ما وبقية بلدان العالم عندما تشمل تغيير ملكية البضائع العامة، وكذا السلع التي ترسل من أجل الإصلاح والتجهيز، الذهب غير النقدي، وتدخل أيضا الخدمات من أطراف مقيمة إلى أطراف غير مقيمة.

وسنستعرض فيما يلي أهم تطورات الإيرادات السياحية في الجزائر:

الشكل رقم (32): الإيرادات السياحية (2012-2020) .



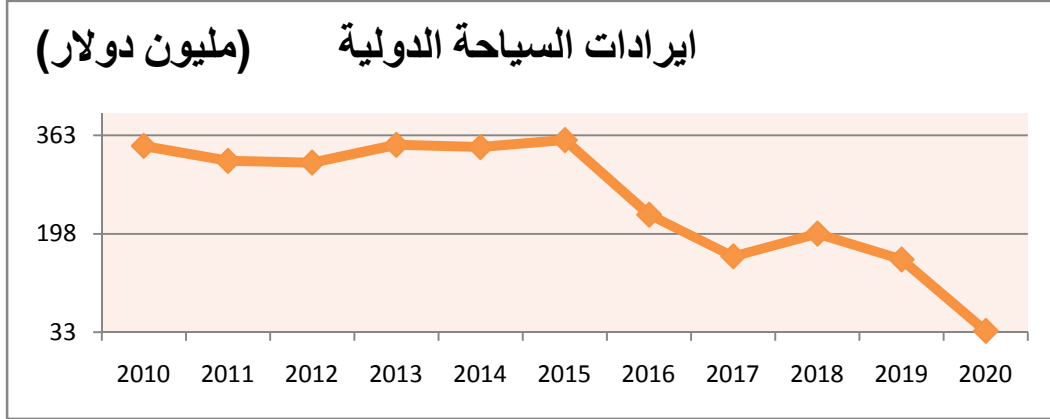
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

¹ تقرير صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للصادرات <https://www.imf.org> ، تاريخ الاطلاع: 22 - 04-2022.

و لتوضيح أدق من خلال المنحنى البياني التالي :

الشكل رقم (33): إيرادات السياحة الدولية (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي)(2010-2020) .

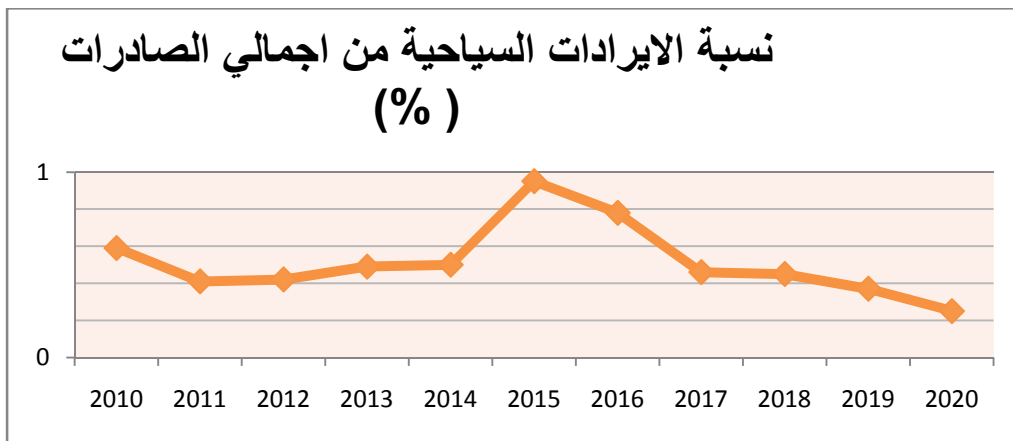


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

كما أنه يمكن تحديد نسبة الإيرادات السياحية من إجمالي الصادرات والذي حددت أكبر نسبة تقريبا 1% سنة 2015.

الشكل رقم (34): نسبة الإيرادات السياحية من إجمالي الصادرات (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

عرفت الإيرادات السياحية في الجزائر تطورات ملحوظة خلال العشر سنوات الماضية¹ فكانت نسبتها في تزايد مستمر من 219 مليون دولار سنة 2010 حتى وصلت إلى 304 مليون دولار سنة 2015 كأكبر قيمة، حيث أن متوسط الإيرادات السياحية من (2012-2015) بلغ 247 مليون دولار ومن ثم نلاحظ تراجع في الإيرادات السياحية بسبب تفشي جائحة كورونا أدت إلى كساد في الاقتصاد الوطني في عام 2020 بحيث تشير الإحصائيات إلى انخفاض الناتج المحلي الحقيقي الذي انكمش إلى نسبة 5.5% بفعل الإغلاق وإجراءات الصارمة لاحتواء الجائحة، التباطؤ الملحوظ خلال خمس سنوات قبل (2015-2019) بسبب تدهور قطاع الهيدروكربونات ونموذج النمو العشوائي الذي تسيره المؤسسات العمومية والصعوبات التي يواجهها القطاع الخاص، إضافة إلى الوضع السياسي غير مستقر للبلاد، وبحسب الأشكال الثلاثة السابقة نلاحظ التراجع في الإيرادات السياحية بين سنة 2019 و 2020 من 140 مليون دولار إلى تقريبا 50 مليون دولار أمريكي، حيث أنه أكبر انخفاض تم تسجيله .

2. أثر الصناعة السياحية على النفقات السياحية :

تتكون نفقات السياحة الدولية² من نفقات الزوار الدوليين المسافرين للخارج في بلدان أخرى، بما في ذلك المدفوعات الموجهة لشركات النقل الأجنبية لغرض النقل الدولي، كما و تضمنت هذه النفقات نفقات الأشخاص المقيمين المسافرين للخارج كزوار اليوم الواحد، إلا الحالات التي تكفي أهميتها لتبرير وضعها في تصنيف مستقل، لا تتضمن بالنسبة لبعض البلدان النفقات المتعلقة ببنود نقل الركاب، يتم حساب حصتها في الواردات كنسبة من واردات السلع والخدمات، والتي تتألف من جميع المعاملات التي تعقد بين أطراف مقيمة في بلد ما وبقية بلدان العالم عندما تشمل تغيير ملكية البضائع العامة، والسلع التي ترسل للتجهيز والإصلاح، والذهب غير النقدي، والخدمات من أطراف غير مقيمة إلى أطراف مقيمة.

¹ زرقين سورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017-2018، ص218.

² تقرير صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للواردات <https://www.imf.org>، تاريخ الاطلاع:

وفيما يلي سيتم عرض نفقات السياحة الدولية للجزائر من خلال :

أ. تطور النفقات السياحية من (2009-2020):

من خلال الجدول التالي يتضح لنا تطور النفقات السياحية خلال العشر سنوات الماضية و تحديدا بين سنة 2009 الى غاية 2020.

الجدول رقم (24): تطور النفقات السياحية من (2009-2020) الوحدة: دولار أمريكي

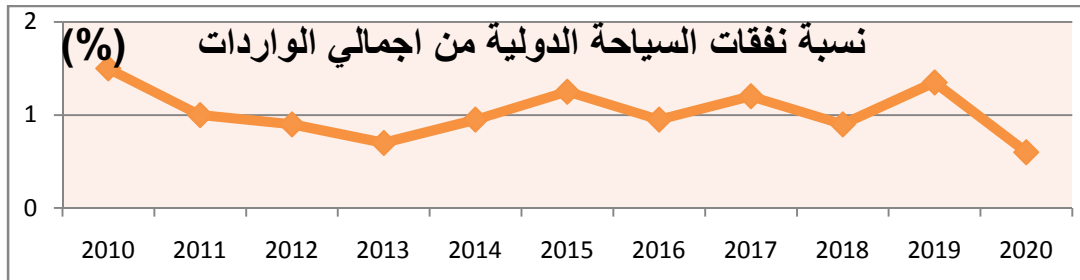
السنوات	العدد	السنوات	العدد
2020	272.000.000	2014	679.000.000
2019	670.000.000	2013	531.000.000
2018	542.000.000	2012	598.000.000
2017	632.000.000	2011	595.000.000
2016	556.000.000	2010	716.000.000
2015	762.000.000	2009	574.000.000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات WorldTravel & tourism council 2021

<https://wttc.org> تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

ب. نسبة نفقات السياحة الدولية (من إجمالي الواردات):

الشكل رقم (35): نسبة نفقات السياحة الدولية (من إجمالي الواردات) (2010-2020).



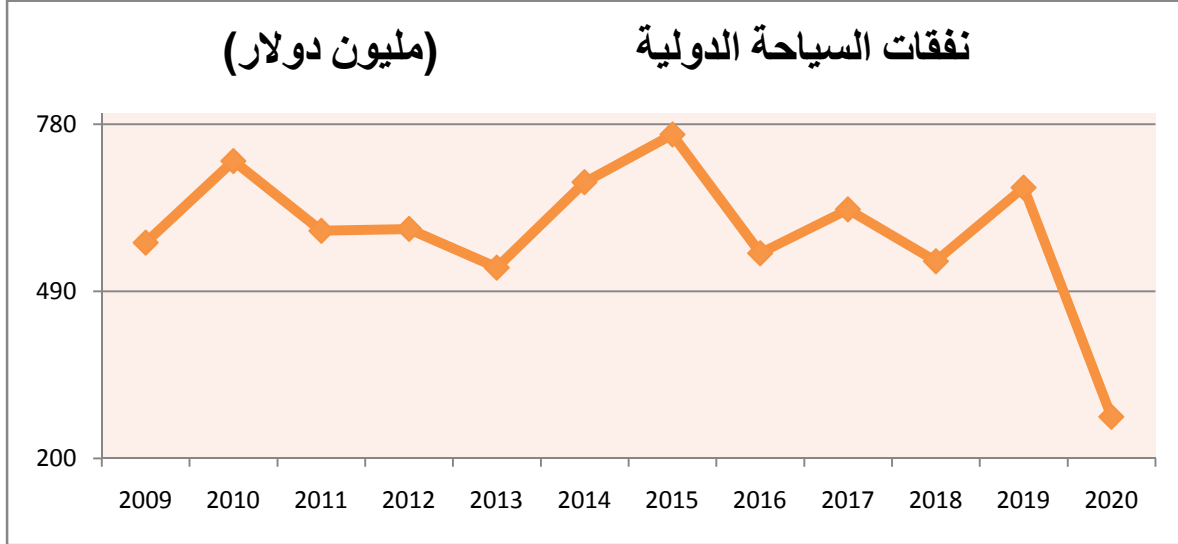
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

ت. نفقات السياحة الدولية (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي):

هي النفقات الموجهة للسائحين الدوليين و المبينة في الشكل التالي:

الشكل رقم (36): نفقات السياحة الدولية (بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي) (2009-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (24).

من خلال الجدول والشكلين السابقين نجد أن النفقات السياحية تذبذبت نسبتها بين الارتفاع والانخفاض عن نسبة 1% من حصتها في الواردات وانخفضت مع انخفاض الواردات سنة 2020 (جائحة كورونا) بقيمة 272 مليون دولار، وبلغت ذروتها في 2015 بقيمة 672 مليون دولار.

من خلال عرض أثر الصناعة السياحية على الإيرادات و النفقات السياحية نستعرض في مايلي أثرها على ميزان المدفوعات:

في بند السفر من ميزان المدفوعات وعند مقارنة الإنفاق السياحي، نجد أن مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها المواطنون في الخارج أعلى من حجم العملات الأجنبية الناتجة عن التدفقات للسياح الغير مقيمين، من المهم تحديد أن عائدات السياحة من خلال بند السفر لا تشمل جميع الإيرادات السياحية، حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية، وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج، نفس الشيء فيما يخص النفقات و عليه نجد الاختلاف في الجدول التالي و المعطيات السابقة.

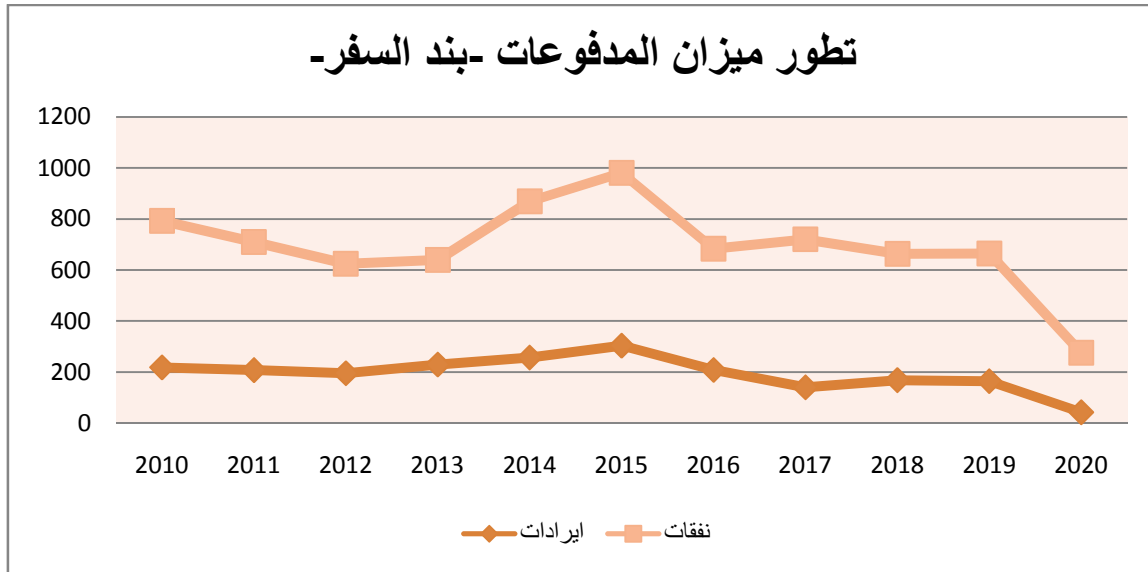
الجدول رقم (25) : تطور ميزان المدفوعات -بند السفر- (2010-2020)

العملة: مليون دولار أمريكي

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
إيرادات	219	208	196	230	258	304	209	140.5	169	165	42.9
نفقات	574	502	428	410	611	677	475	580	494	500	232.6

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، www.ons.dz تاريخ الاطلاع : 11-07-2022.

الشكل رقم (37) : تطور ميزان المدفوعات -بند السفر- (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (25).

يشمل تركيب المنحنيين المبينين في الشكل أعلاه كل من إيرادات السياحة والنفقات السياحية لنتحصل على ميزان المدفوعات -بند السفر- أي أن تداخل كل من أثري إيرادات والنفقات السياحية هو ما سيحدث توازن أو تحقيق إما عجز أو فائض.

ثانيا: أثر الصناعة السياحية على الميزان السياحي:

يقوم النشاط السياحي غالبا على حركة مزدوجة إما ذهابا أو إيابا، فتكون الدولة مصدرة للسائحين وفي نفس الوقت مستوردة لهم، فيعد الأثر الاقتصادي للسياحة جيدا إذا ما كانت نتيجة الميزان السياحي مع ميزان المدفوعات تضاد (مع عدم احتساب السياحة-بند السفر في ميزان المدفوعات) على اعتبار أن الميزان السياحي يحتسب بالفرق بين الإنفاق للأجانب داخل الوطن والإنفاق السياحي للمسافرين الخارجين من الوطن¹ فيما يخص التدفقات النقدية، غير أنه يقاس بصفة عامة رصيد الميزان السياحي من خلال الفرق بين الإيرادات السياحية و النفقات السياحية.

فبحسب إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية أنه بمقارنة النفقات السياحية مع السياحة المصدرة نجد أنها حققت عجز قدر بـ 38 مليون دولار للسنة الجارية.

الجدول رقم (26) : تطور الميزان السياحي (2010-2020).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
رصيد الميزان السياحي	355-	294-	232-	180-	353-	373-	266-	439.5-	325-	335-	189.7-

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (25).

من خلال المعطيات المبينة في الجدول السابق بلغت قيمة عجز الميزان السياحي سنة 2010 بقيمة 355 مليون دولار، وذلك راجع للأزمة المالية العالمية التي أثرت على أغلب اقتصاديات العالم وأكبر قيمة عجز كانت سنة 2017 وصلت إلى 439.5 مليون دولار (ما يقابلها أن قيمة الإيرادات السياحية تمثلت في 140.5 مليون دولار بالمقارنة والنفقات السياحية وبلغت هي الأخرى 580 مليون دولار).

¹ زرقين سورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص221.

ويتضح أن رصيد الميزان السياحي للفترة المدروسة سالب أي أنه هناك عجز ويعد هيكلية حيث أن التدفقات النقدية المتحصل عليها من السياح القادمين أقل من المبالغ المنفقة في الخارج.

ثالثا: أثر الصناعة السياحية على الناتج المحلي الخام و التشغيل:

نستعرض في هذا الجزء من البحث أثر كل من الصناعة السياحية على الناتج المحلي الخام و التشغيل.

1. أثر الصناعة السياحية على الناتج المحلي الخام:

تم احتساب مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام من فروق الفنادق، المقاهي، والمطاعم الناشطة في القطاع، (الناتج المحلي الخام خارج قطاع المحروقات).

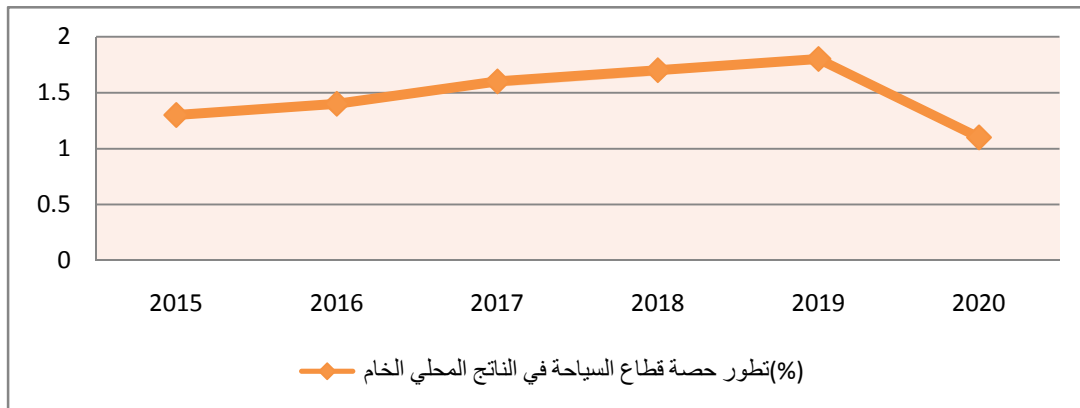
الجدول رقم (27) : حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (%) (2015-2020) .

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (%)	1.3	1.4	1.6	1.7	1.8	1.1

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.mta.gov.dz و www.ons.dz، تاريخ الاطلاع: 2022-07-11.

الشكل رقم (38): تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (2015-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (27).

من خلال الجدول والشكل السابقين فيما يخص أثر السياحة على الناتج المحلي الخام، فإننا نلاحظ زيادة في حصة قطاع السياحة من الناتج المحلي الخام والتي تخص الإيواء والإطعام (فروق الفنادق والمقاهي والمطاعم)، فبلغت أعلى نسبة لها سنة 2019 حيث قدرت بـ 1.8% وتراجعت مع بداية اجتياح الوباء للبلاد.

2. أثر الصناعة السياحية على التشغيل :

يعد القطاع السياحي أهم القطاعات القادرة على خلق مناصب شغل والحد من تزايد البطالة بحث حقق القطاع تزايد و إقبال في عدد العمال والموضح من خلال الجدول والشكل التاليين:

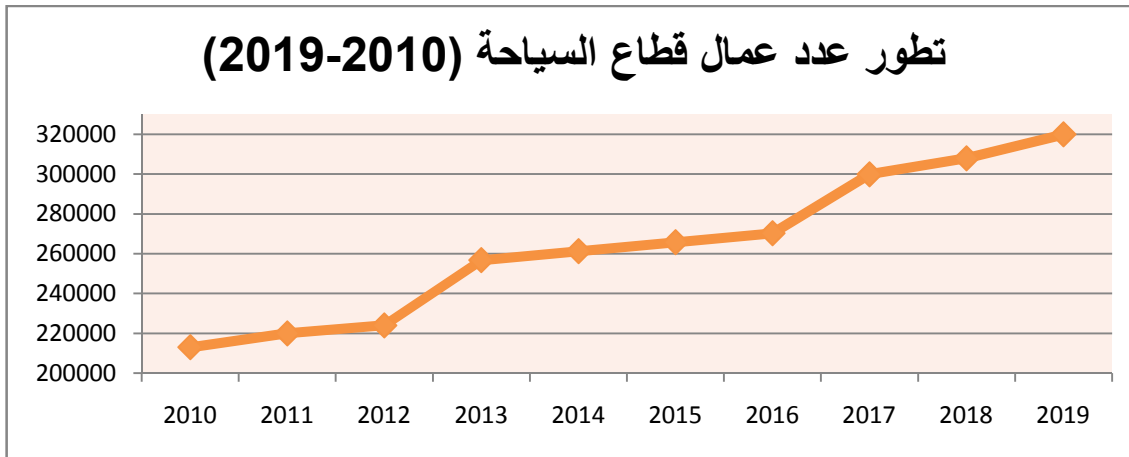
الجدول رقم (28) : تطور عدد عمال قطاع السياحة (2010-2019)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد العمال	213000	220000	224028	256775	261289	265803	270317	300000	308027	320000

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والديوان الوطني للإحصائيات،

www.ons.dz و www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 11-07-2022.

الشكل رقم (39): تطور عدد عمال قطاع السياحة (2010-2019).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (28).

نلاحظ تزايد في مناصب العمل من 2015 إلى غاية 2019، والتي وصلت إلى 320000 عامل خلال سنة 2019، وهي زيادة مرضية بالمقارنة والقطاعات الأخرى.

عرضنا من خلال هذا المطلب أهم تأثيرات الصناعة السياحية على الاقتصاد الوطني، وبالرغم من التأثير البسيط غير أن توفير المتطلبات الأساسية للقطاع من شأنها أن ترفع نسب و حجم المساهمة و التأثير.

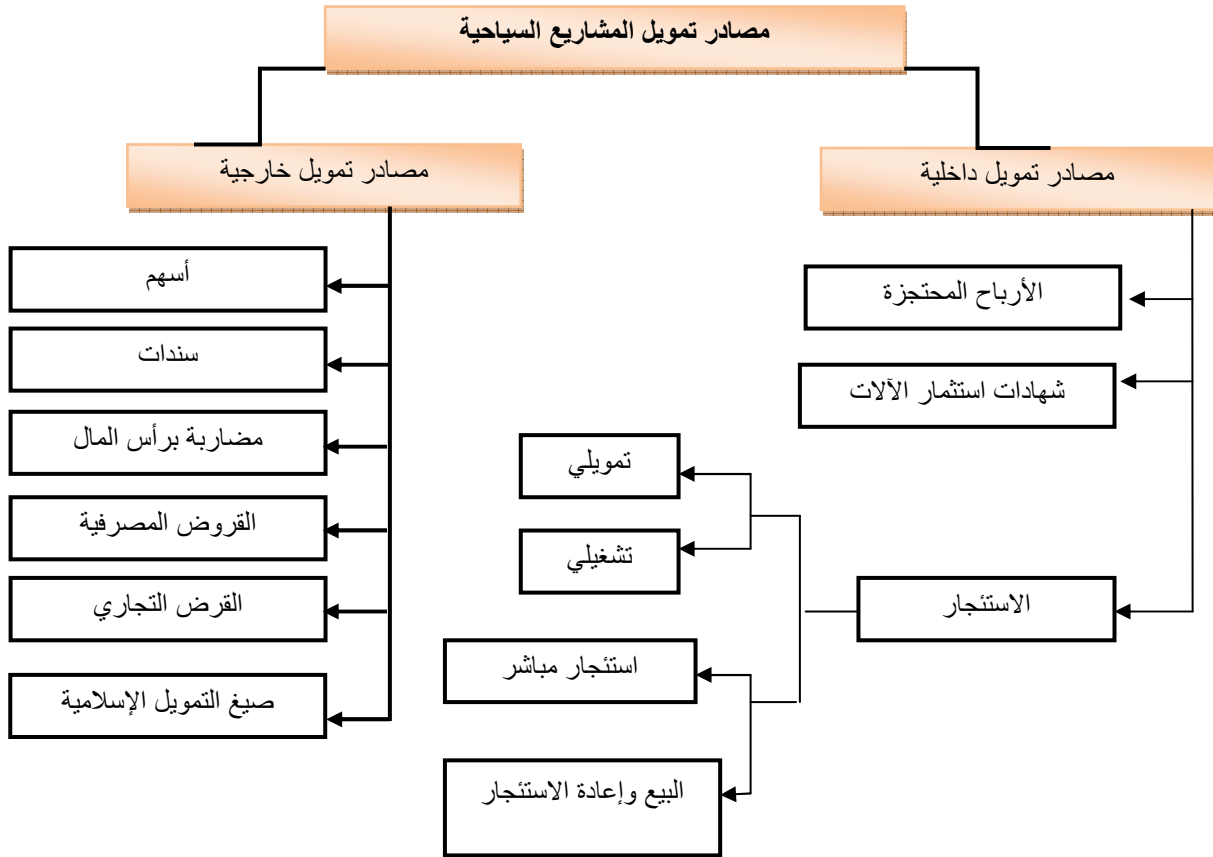
المطلب الثاني: الاستثمارات السياحية في الجزائر وتمويلها

يرتكز تمويل الاستثمار السياحي على الإضافات التطويرية والرأسمالية للمشروع السياحي، وترقية القدرات السياحية، وذلك بالاعتماد على المصادر التمويلية المتوفرة لدى صاحب المشروع على اختلاف أنواعها.

أولاً: مصادر تمويل الاستثمارات السياحية:

يتطلب تمويل المشاريع الاستثمارية مصادر تمويل عديدة تقسم إلى مصادر تمويل داخلية ومصادر تمويل خارجية. وفقاً للشكل التالي:

الشكل رقم (40): مصادر تمويل الاستثمارات السياحية.



المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على المرجع :

أمال دروعي، محمد يدو، تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر ولاية البليدة نموذجا، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 04، العدد 01، جوان 2021، ص ص 151، 152 .

1. المصادر الداخلية:

و تسمى مصادر التمويل الذاتية أي من ذات المنشأة ومن المصادر الداخلية لتمويل المشاريع الاستثمارية لقطاع السياحة نستعرض ما يلي¹:

أ. الأرباح المحتجزة:

ترتكز سياسة توزيع الأرباح السنوية على المساهمين على اعتبارات عديدة أي حسب معدل الأرباح المحتجزة من قبل المنشآت السياحية والتي تعدل مصدر تمويل مهم، وبالتالي يجب دراسة

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميدي، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2009، ص 40، ص 41.

مدى قدرة المؤسسة على توزيع الأرباح بدلا من احتجازها والتي تستند إلى عدة معطيات من أجل تحديد معدل الأرباح المحتجزة مثل: مركز السيولة، معدل العائد على الأصول، استقرار الأرباح، إمكانية الحصول على الأموال من الأسواق المالية، الموقف الضريبي لأصحاب الأسهم وغيرها من العوامل المؤثرة والتي تجعل من الأرباح المحتجزة مصدرا مهم في التمويل الداخلي للمنشأة السياحية.

ب. الاستئجار:

وهو عقد يتفق فيه المستأجر مع مالك الأصل على تأجير أصل من أصول لقاء الانتفاع بخدماته، ويعتبر من مصادر التمويل طويلة الأجل، ويتشابه مع الدين في الالتزامات التعاقدية الثابتة.

ويكون الاستئجار إما مباشر بحيث تستفيد المؤسسة من الأصل دون أن تملكه أو يكون بالبيع وإعادة الاستئجار حيث أن المنشأة السياحية تقوم ببيع الأصل ثم إعادة تأجيره من المشتري. ويمكن تقسيمه إلى نوعين بحسب طبيعة الاستخدام إلى استئجار تمويلي أو استئجار تشغيلي.

- الاستئجار التمويلي:

هو من العقود الغير قابلة للفسخ إلا بموافقة طرفي العقد المؤجر والمستأجر، ويكون لمدة محدودة، والذي تقوم فيه المنشآت السياحية بتأجير أصلا من الأصول أو المعدات التي تحتاجها ثم الاتفاق مع بنك أو شركة التأجير على أن يقوم هذا الأخير بشراء المطلوب ويقوم بتأجيره لها مدة محددة مقابل التزام مالي محدد يغطي عادة تكلفة الأصل وإضافة لعائد مناسب لاستثمار المؤجر.

- الاستئجار التشغيلي:

يعتبر من العقود القابلة للفسخ والإلغاء قبل نهاية المدة المتفق عليها، ويتضمن تكاليف خدمات التمويل والصيانة وميزة هذا التمويل أنه يكون لفترة تقل عن الحياة الإنتاجية للأصل وبالتالي يمكن استبداله وإحلال أصل بأحدث التكنولوجيات.

ت. شهادات استثمار الآلات:

يتشابه هذا التمويل مع تمويل استئجار الأصول حيث أن المستأجر صاحب المنشأة السياحية يقوم بشراء الآلات وتعطي مقابلها شهادات تضمن عائد محدد، يتم دفعه من حصة تشغيل الآلات إلى أن يتم تسديد قيمته وتنتقل الملكية إلى المنشأة المشتري.

و يمكن للمنشآت والشركات السياحية الحصول على السيولة بطرق أخرى غير مباشرة شرط أن تكون تتمتع بسمعة جيدة و واسعة وتثبت كفاءتها الإدارية في التعاملات والترويج والتسويق ومن بين هذه المصادر:¹

- العربون:

وهي المبالغ المتحصل عليها بالحجز المسبق للموسم السياحي وهو الإجراء الذي يقوم به السياح لضمان حجوزاتهم في مواسم الذروة السياحية أو الحصول على تخفيضات خلال مواسم الانكماش السياحي.

- رسوم الحجوزات الملغاة:

وهي رسوم تفرض في حال إلغاء الحجز والتي تزداد وتتنقص بحسب الموعد المحدد فكلما كان قريبا كان الرسم أكبر والعكس صحيح، وقد يخضم المبلغ الكلي للحجز في حال الإلغاء يوم الوصول المتوقع.

- إضافات على برامج الرحلات:

قد تفرض بعض مكاتب السياحة والسفر تسديدات لبرامج إضافية في رحلات العطل لزيارة مثلا بعض المعالم الحضارية والأثرية أو معارض تصادف أوقات الرحلات وما إلى ذلك والتي يتحملها السائح وعلى تكاليفه الخاصة.

- أرباح تأجير السيارات:

وهي دفعات مسبقة قد تصل إلى 25% من ثمن تأجير السيارة.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة ، مرجع سبق ذكره، ص47، ص48.

- **كلفة التأمين:**

تقوم الشركات السياحية بعمل بوليصات تأمين على حياة الأشخاص وأمتعتهم وذلك بشكل إجباري وتقوم بدفع نسبة قد لا تتجاوز 10% من المبالغ المحصلة لشركات التأمين المتعاقدة معها من مجموع الدفعات المحصلة على أساس تأمين جماعي.

- **أجور الإعلانات:**

تقوم إدارات بعض الفنادق بالتعاقد مع شركات إعلانات خاص والتي تسلمها مطبوعات إعلانات خاصة، ومقابل هذه الخدمات تحصل على أجر.

- **الاستفادة من فرق العملة:**

بحيث تقوم مكاتب السفر والسياحة بشراء عملة في مواسم انخفاضها وبيعها في مواسم القصد السياحي أي حين ترتفع العملة وتستفيد من الفرق.

- **أجور إضافية حسب طلب السائح:**

تقديم خدمات إضافية بحسب طلب السائح كتغيير حجز الفندق لأخر وتغيير الغرفة وما إلى ذلك من خدمات فجائية يطلبها السائح.

2. المصادر الخارجية:

يمكن للمنشآت السياحية البحث عن مصادر تمويلية خارجية وذلك لممارسة نشاطها وتتمثل هذه المصادر في:

أ. **الأسهم بأنواعها:** سواء أسهم عادية أو أسهم ممتازة بحيث يتم طرح أسهمها للاكتتاب العام، وبالتالي يتم الحصول على رؤوس أموال إضافية من مستثمرين خارجيين.

ب. **السندات:** على اختلاف أنواعها بحيث تقوم المنشآت السياحية بإصدار مستند مديونية يعطي لحامله الحق في الحصول على القيمة الاسمية للسند قبل تاريخ الاستحقاق وكذا الحق في الحصول على عائد دوري (نسبة مئوية من القيمة الاسمية).

ت. **المضاربة برأس المال:** تختص بها المنشآت السياحية الفندقية الجديدة بحيث يتم توفير رأس المال، والحصول على الحصة السوقية منه غير أن تدخل المساهمين في رسم السياسة التشغيلية

للفندق السياحي أو التدخل في أوجه الإنفاق، والحصول على نسب غير قليلة من الأرباح السنوية تعتبر من العيوب، ومع ذلك يعد أسلوب ناجح لزيادة حجم رأس المال للفنادق.

ث. القروض المصرفية: هي القروض المتأتية من البنوك بمختلف أنواعها والتي يتم تزويد الأفراد والمؤسسات العاملة خلال القطاع السياحي على أن يتم تسديد هذه القروض بدفعات، والتحصل على فوائد والعمولات المستحقة عليها من البنوك سواء على دفعة واحدة أو على أقساط وتنقسم إلى:

- قروض طويلة المدى.

- قروض متوسطة المدى.

- قروض قصيرة المدى.

ج. القرض التجاري: يعتبر من التمويلات المباشرة الخاصة بحيث يؤمن دفع أقساط مطلوبة من الشركات المجهزة للأثاث والمعدات من قبل البنوك لفترة و تعد فترة استرداد مرنة، بحيث يمكن اعتماد طريقة الاسترداد الكلي للرهن خلال فترة وجيزة، وبالتالي تقل قيمة الفوائد المدفوعة للبنك، ويوجد طريقتان أساسيتان للقرض التجاري¹:

- إما عن طريق الحساب المفتوح أو الحساب الجاري وأوراق الدفع ويعد الحساب المفتوح هو الأكثر انتشارا.

ح. صيغ التمويل الإسلامية: يتم تمويل القطاع السياحي من قبل البنوك الإسلامية أو المؤسسات الناشطة في ابتكار أساليب الهندسة المالية الإسلامية بتقديم صيغ تمويل مختلفة، غير أن الاستثمار في القطاع السياحي يبقى مقتصر على السياحة الحلال وكذا متعلق ببعض مجالات الصناعة السياحية كالنقل، بناء المنشآت السياحية.

ثانيا: إجراءات الاستثمار السياحي في الجزائر:

يعتمد الاستثمار السياحي في الجزائر عدة إجراءات وضعتها الجهات الوصية على ملف الاستثمار في القطاع السياحي (ملف إداري وملف تقني)، كما وحددت جملة من الامتيازات المتعلقة بالحصول على عقار للمنشآت السياحية قصد الاستثمار وامتيازات أخرى خاصة بالتمويل.

¹ أمال دروعي، محمد يدو، تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر ولاية البلدية نموذجا، مرجع سبق ذكره،

1. مسار ملف الاستثمار السياحي:

يتكون ملف الاستثمار السياحي من الملف الإداري بالإضافة إلى الملف التقني، والذي يرسل من قبل مديرية السياحة والصناعة التقليدية إلى الوزارة المكلفة بالسياحة بغية عرضه على اللجنة المختصة بالدراسة والموافقة لتصدر القرارات التالية:¹

- الموافقة المبدئية.

- الموافقة المبدئية بتحفظات.

- الرفض.

القرار الصادر عن اللجنة يبلغ إلى المستثمر بغية استكمال ملفه و من أجل استكمال ملفات رخصة البناء والتمويل وامتيازات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار والسجل التجاري وكذا جميع الوثائق والامتيازات الخاصة بالاستثمار السياحي.

على المستثمر أن يودع ملفه لدى مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية موطن إقامة المشروع.

وكمثال على ذلك نذكر إجراءات مشروع خاص بإنجاز الفنادق فيما يلي:

• إجراءات المصادقة على المخططات الفندقية السياحية:

- السند القانوني:

تطبيقا للمواد: 46، 47، 48، 49 من القانون 99-01 المؤرخ في 06 جانفي 1999 الخاص بالفندقة.

- الملف الإداري:

✓ نموذج طلب الموافقة على المخططات الفندقية، موقع من قبل صاحب المشروع حيث يتم تنزيله عبر موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية (www.mta.gov.dz) أو التحصل عليها من مديريات السياحة والصناعة التقليدية للولاية موطن إقامة المشروع.

✓ عقد رسمي للملكية مشهر أو التمتع بحق الانتفاع للقطعة الأرضية التي سيقام عليها المشروع أو عقد امتياز.

¹ موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.dz تاريخ الاطلاع : 2022-04-22 .

- ✓ عقد تأسيس الشركة بالنسبة للأشخاص المعنوية.
- ✓ رخصة البناء أو رخصة المطابقة بالنسبة للمشاريع السياحية والمؤسسات الفندقية المراد إعادة تهيئتها أو توسيعها أو تجديدها.
- **الملف التقني:**
- ✓ مخطط الموقع على سلم 2000/1 أو 5000/1.
- ✓ مخطط الكتلة على سلم 200/1 أو 500/1.
- ✓ مخططات مختلف الطوابق مفصلة على سلم 50/1 أو 100/1.
- ✓ مقطع طولي ومقطع عرضي للمشروع على سلم 50/1 أو 100/1.
- ✓ مخططات الواجهات على سلم 50/1 أو 100/1.
- ✓ يتم دراسة الملفات دراسة تقنية واقتصادية للمشروع وفق السلم بالشروط المنصوص عليها ومن ثم عرض الملف الإداري والتقني على اللجنة المختصة بالدراسة والموافقة على المخططات الفندقية.

2. الامتيازات الخاصة بالمشروع السياحي:

توجد امتيازات خاصة بالعقار و أخرى خاصة بالتمويل :

أ. الامتيازات المتعلقة بالحصول على العقار:

القطعة الأرضية موطن المشروع يمكن أن تكون:

- ملكية خاصة.
 - عقد إيجار.
 - ملكية تابعة للأموال الخاصة للدولة.
- وإذا كانت القطعة الأرضية موطن المشروع تتواجد داخل مناطق التوسع السياحي، لابد من رأي مسبق للوكالة الوطنية لتنمية السياحة وموافقة الوزير المكلف بالسياحة.

منح الامتياز على المستوى المحلي مع المزايا التالية:

- الإتاوة الإيجارية السنوية تمثل 33/1 من القيمة التجارية للقطعة الأرضية محل منح الامتياز.

- تخفيض الإتاوة الإيجارية السنوية لمنح الامتياز للقطعة الأرضية كمايلي:
- ✓ 90% خلال فترة الإنجاز، من سنة واحدة إلى ثلاث سنوات.
- ✓ 50% خلال فترة الاستغلال، من سنة واحدة إلى ثلاث سنوات.
- ✓ الدينار الرمزي للمتر المربع (م²) خلال فترة عشر سنوات بالنسبة لولايات الجنوب والهضاب العليا.
- ✓ الدينار الرمزي للمتر المربع (م²) خلال فترة خمسة عشر سنة بالنسبة لولايات الجنوب الكبير.

ب. الامتيازات الخاصة بالتمويل:

المستثمرون الراغبون في إنجاز مشاريعهم وعصرنة منشآتهم السياحية في إطار مخطط الجودة السياحية على مستوى ولايات الشمال وكذا الولايات الجنوبية يستفيدون على التوالي من 3% و 4.5% تخفيضا على نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.

• التمويل عن طريق البنوك:

- القرض الشعبي الجزائري.
 - بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
 - بنك التنمية المحلية.
 - الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط .
 - بنك البركة.
 - تراست بنك.
 - بنك الخليج الجزائر.
 - سوسيتي جنرال الجزائر.
 - بنك السلام.
 - الجزائر استثمار.
 - المالية الجزائرية للمساهمة (FINALEP).
- كما يقوم صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضمان القروض لدى البنوك ومراقبة المستثمرين خلال عملية التمويل:

- مدة تسديد القروض: 08 سنوات، بمدة تأجيل تقدر بـ 03 سنوات بصفة عامة.
- مدة دراسة الملفات تكون:
- ✓ 40 إلى 60 يوما بالنسبة لإنجاز الاستثمارات.
- ✓ 30 يوم بالنسبة للمشاريع المستغلة.
- التسجيل في صندوق ضمان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالنسبة لتمويل التجهيزات.
- إمكانية المساهمة في تطوير رؤوس الأموال وهذا بالشراكة مع مؤسسة الجزائر استثمار.
- بالإضافة إلى المزايا الممنوحة من قبل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار من خلال :
- قانون رقم 09-16 المؤرخ في 29 شوال 1437 الموافق لـ 03 أوت 2016 المتعلق بتطوير الاستثمار.
- مزايا مشتركة للاستثمارات المؤهلة.
- مزايا إضافية لفائدة الأنشطة المتميزة و/أو التي تخلق فرص عمل.
- المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني.
- وبهذا الصدد نجد أن وزارة السياحة والصناعات التقليدية قد وضعت اتفاقيات شراكة مع البنوك كإجراءات مرافقة في مخططاتها التنموية ونذكر :

• القرض السياحي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

- وهو عبارة عن قرض استثماري موجه لفائدة الشركات العاملة في القطاع السياحي والتي تتوفر على شروط التمويل لتغطية احتياجاتها (إنشاء المشاريع، تطويرها أو تشغيلها)¹.
- ودعم بمعدل فائدة ما بين 03% إلى 4.5%، أما المساهمة الشخصية تكون 40% من تكلفة المشروع، والباقي عبارة عن قرض بفترات سداد متوسطة وطويلة الأجل.

• قروض الترقية السياحية:

- عبارة عن قرض استثماري موجه إلى القطاع السياحي خاصة المشاريع السياحية الجديدة لمطابقة وإعادة تهيئتها وتخص الأفراد المتحصلين على اعتماد موافقة لإنشاء مشاريعهم السياحية

¹ <https://badrbanque.dz> Consulté le : 11-07-2022 .

وبحاجة إلى تمويل قد يصل قيمته حتى 70% من القيمة الإجمالية للمشروع ومدة تسديده من 3 سنوات إلى 10 سنوات¹.

فالجزائر تسعى جاهدة لتفعيل السياحة من خلال إبرامها مدة اتفاقيات منذ سنة 2012 بين وزارة السياحة وأغلب البنوك العمومية والخاصة بتمويل الاستثمارات السياحية، ومن خلال هذه الاتفاقيات تعهدت البنوك مثل: سوسيتي جينرال SGA وبنك الخليج العربي AGB، و بنك البركة، ترست بنك خلال سنة 2014 بتمويل مشاريع واستثمارات سياحية بنسبة 70% من تكلفة المشروع ولمدة 12 شهرا كأقصى حد.²

ثالثا: حصة الاستثمار السياحي من المجموع الكلي للاستثمارات الوطنية:

يعبر حجم الاستثمارات السياحية بالمقارنة والمجموع الكلي للاستثمارات الوطنية عن أهمية القطاع والموقع الذي يشغله ضمن الاستراتيجيات العامة للدولة، والذي سوف نبينه من خلال حجم رؤوس الأموال المستثمرة في القطاع السياحي الجزائري وحصته من رأس المال الإجمالي بالجدولين الموالين:

أ. حجم الاستثمار لرأس المال بالقطاع السياحي:

من خلال الجدول التالي و الذي يبين حجم الاستثمارات السياحية و الممنوحة خلال الفترة 2009-2019:

الجدول رقم (29) : حجم الاستثمار لرأس المال بالقطاع السياحي (2009-2019)

السنوات	حجم رأس المال المستثمر (الوحدة: مليون دولار)	السنوات	حجم رأس المال المستثمر (الوحدة: مليون دولار)
2019	217.8	2013	150.3
2018	194.4	2012	145.5
2017	189.4	2011	132.0

¹ <https://bd1.dz> Consulté le :11-07-2022 .

² نجار حياة، واقع آليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، ديسمبر 2017، ص199.

2016	192.1	2010	123.3
2015	179.2	2009	128.6
2014	160.5	/	/

المصدر: : من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات WorldTravel & tourism council 2021

الموقع: <https://wttc.org> تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

نلاحظ زيادة متباطئة لرؤوس الأموال المستثمرة في القطاع السياحي خلال الفترة (2019-2009) ترجع لعدم اهتمام الدولة لهذا القطاع لتذبذب إيراداته إضافة للظروف الخاصة التي طرأت على الاقتصاد ككل.

ب. حصة استثمار رأس المال في القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات الوطنية:
من خلال الجدول التالي و الذي يبين حصة استثمار رأس المال في القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات الوطنية الممنوحة خلال الفترة 2019-2009:

الجدول رقم (30) : حصة استثمار رأس المال في القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات الوطنية الممنوحة (2019-2009).

السنوات	النسبة (%)	السنوات	النسبة (%)
2019	2.4	2013	2.6
2018	2.3	2012	2.9
2017	2.5	2011	2.9
2016	2.5	2010	2.8
2015	2.5	2009	3.4
2014	2.5	/	/

المصدر: : من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات WorldTravel & tourism council 2021

الموقع: <https://wttc.org> تاريخ الاطلاع: 2022-08-28.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن حصة استثمار رأس المال في القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات الوطنية الممنوحة (2019-2009) بلغت أكبر نسبة 3.4% سنة 2009 من إجمالي الاستثمارات الوطنية، ثم تناقصت وذلك تنفيذًا لبرامج التنمية والتخطيط السياحي، وبحسب

إحصائيات وزارة السياحة لسنة 2019 فإن المشاريع السياحية تقسم إلى مشاريع سياحية قيد الإنجاز ومشاريع سياحية متوسطة ومشاريع سياحية غير منطلقة ومشاريع سياحية منجزة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (31): إحصائيات المشاريع السياحية نهاية سنة 2019

نوع المشروع	مشاريع قيد الإنجاز	مشاريع متوقفة (مجمدة)	مشاريع لم تنطلق	مشاريع منجزة	المجموع الكلي
مجموع المشاريع	799	181	1163	67	2210

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية www.mta.dz تاريخ الاطلاع : 2022-08-22.

و تم خلق مشاريع خلال السنة الجارية و عددها 247 مشروع جديد في مختلف النشاطات ولا سيما الفنادق وأماكن الإيواء والاستقبال وينتظر أن تسمح المشاريع (124 مشروع) بخلق فنادق من مختلف الأصناف بـ 36000 سرير وإضافة إلى 24 مركب سياحي¹.

المطلب الثالث: مخططات وسياسات ترقية الصناعة السياحية في الجزائر

تبين لنا من خلال المطلبين السابقين أن هناك فجوة كبرى بين المتاحات والإمكانات السياحية وواقع الصناعة السياحية في الجزائر من جهة والاستثمار والتمويل المخصص للقطاع من جهة أخرى، وعليه لجأت الجهات الوصية خلال جملة من المخططات التنموية التي ترجو منها تأهيل الجزائر و ترقية الصناعة السياحية لتصبح بذلك قطبا سياحيا بامتياز محليا ودوليا.

أولا: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (SDAT) مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية وبعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SNAT) فهو المرأة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل تحقيق التوازن بين ثلاثة أبعاد وهي الرقي الاجتماعي والفعالية الاقتصادية والاستدامة البيئية، ولهذا السبب وفي إطار

¹ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار <https://www.andi.dz> تاريخ الاطلاع : 2022-07-16.

التنمية المستدامة، تعطي الدولة توجيهات إستراتيجية للتهيئة السياحية من خلال ترقية الصناعة السياحية عبر كافة التراب الوطني.

- الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

اهتم المخطط بتحقيق خمسة أهداف و هي¹:

1. جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد كبديل لقطاع المحروقات؛ أي أحد أهم محركات النمو الاقتصادي وتحسين التوازنات الكبرى.
2. ضمان إشراك القطاعات الأخرى كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة.
3. التداخل بين الترقية السياحية والبيئة.
4. تثمين التراث التاريخي والثقافي، الحضاري والديني.
5. تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

ثانيا: المخططات المنبثقة عن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

ارتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات لترقية الصناعة السياحية:²

1. مخطط وجهة الجزائر:

حيث يركز على تثمين الوجهة الجزائرية من خلال زيادة جاذبية وجهة الجزائر وبناء صورة متميزة عنها في ذهنية السياح، باستخدام كل وسائل التسويق والترويج التقليدية (الإشهار، نقاط البيع، ترقية المبيعات والعلاقات العامة) والحديثة (التسويق الإلكتروني)، ونجد بهذا الصدد إبرام اتفاقية شراكة لترقية استخدام التكنولوجيات الحديثة في الترويج لوجهة الجزائر السياحية³ في ديسمبر 2020 حيث تم التوقيع على اتفاقية شراكة بين الديوان الوطني للسياحة ومنتدى الشباب والشركات الناشئة تقضي بوضع إستراتيجية في ميدان استخدام التكنولوجيات الحديثة و الرقمنة للترويج لوجهة الجزائر السياحية.

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية <https://www.mta.gov> تاريخ الاطلاع : 2021-11-13.

² وزارة السياحة والصناعات التقليدية <https://www.mta.gov> تاريخ الاطلاع : 2021-11-13.

³ وزارة السياحة والصناعات التقليدية <https://www.mta.gov> تاريخ الاطلاع : 2021-11-13.

وتهدف هذه الاتفاقية إلى مرافقة الشباب المبدع لبيع الأفكار في إطار المؤسسات الناشئة المختصة في الميدان السياحي وتسهيل ولوجهم للاستثمار في التكنولوجيات الحديثة والتصميمات الإلكترونية ووضعها حيز التنفيذ، كما تنص على الاستفادة من الابتكارات الحديثة في مجال الرقمنة واستعمالها في الترويج للوجهة السياحية الجزائرية إلى جانب فتح الفضاء الرقمي أمام المتعاملين والمهنيين في السياحة و الفنادق للترويج للسياحة، الذي يمنح الأولوية القصوى لدعم وتشجيع المؤسسات الناشئة والتي تشكل القاطرة للنموذج الاقتصادي الجديد الذي تم اعتماده والمتمركز أساسا على المعرفة والابتكار في قطاع السياحة، حيث يعد من القطاعات المنفتحة على الشباب والمرافقة لهم في إنشاء مشاريع ومؤسسات ناشئة تساهم في إحداث رؤوس أموال وفي خلق مناصب شغل ترقى بهم اجتماعيا وتحديث النقلة النوعية في الاقتصاد الوطني و تم إنشاء صندوق تمويل المؤسسات الناشئة، و تكمن أهمية استعمال التكنولوجيات الحديثة و الرقمنة من أجل التسويق للمنتوج السياحي والترويج للوجهة السياحية الجزائرية و التي تضمن لهذه المؤسسات تجسيد أفكارها الإبداعية والعلمية للنهوض بهذا القطاع، لاسيما في مجال الترويج للسياحة وتطوير الاقتصاد الوطني خارج إطار المحروقات.¹

2. الأقطاب السياحية للامتياز:

تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية، والقطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية وتحتوي على كافة التجهيزات الإقامة و الترفيهية، الأنشطة السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، ويستجيب لطلب السوق وحدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية للامتياز موزعة حسب جهات الوطن المختلفة: شمال شرق، شمال وسط، شمال غرب، جنوب شرق، جنوب غرب، والجنوب الكبير (طاسيلي، إليزي، جانت)، (أدرار، تمنراست).

3. مخطط جودة السياحة:

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة و الحرص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، وطنيين أو أجانب، تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية طبقا للمعايير الدولية، حيث يسمح بتحديد المسار

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية <https://www.mta.gov> تاريخ الاطلاع: 2021-11-13.

من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية 'جودة السياحة الجزائر'، ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

- تأسيس ووضع العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر.
- تدعيم كفاءات الموارد البشرية و المؤهلة.
- تنظيم الأنشطة السياحية المختلفة.
- تحديث البنية التحتية و تطويرها.

ويعمل على تحقيق الأهداف التالية:

- أ. دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية.
 - ب. بلوغ أقصى التشغيل في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني.
 - ت. تنمية المناطق السياحية الوطنية و ثرواتها المحلية.
 - ث. خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزائرين الوطنيين والأجانب.
 - ج. إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين.
 - ح. ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية 'جودة السياحة الجزائر' وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري و تموقع أفضل.
- من خلال إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية نجد أن عدد المنخرطين في مخطط الجودة من مؤسسات ومشاريع سياحية خلال السنوات 2015 و 2016 و 2017 بلغ على التوالي 421 و 429 و 446 منخرط.

4. مخطط الشراكة العمومية - الخاصة:

يسعى مخطط الشراكة العمومية - الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف المؤثرين والفاعلين من قطاع عام وخاص في الصناعة السياحية، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الوجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي ترقى به

الجزائر إلى مصاف البلدان المتطورة من خلال مساهمة الدولة في التهيئة المحلية ووضع البنية وإقامة المنشآت القاعدية بالإضافة إلى المحافظة على الأمن ومساهمة القطاع الخاص في تطوير الاستثمار السياحي كل هذا يخلقه التفاعل بين القطاعين العام و الخاص.

5. مخطط تمويل السياحة:

ويكون ذلك من خلال:

- أ. تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛
 - ب. مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع وكذا مساعدتهم في اتخاذ القرارات في تقدير المخاطر و تمويل تجهيزات الاستغلال المختلفة؛
 - ت. تخفيف إجراءات منح بعض الامتيازات التمويلية (القروض البنكية والتمديد في مدة القرض إن لزم الأمر)؛
 - ث. الدعم والمرافقة في جميع احتياجات المنشآت السياحية ولأصحاب المشاريع، من خلال نظام متابعة مالية، مساعدات لتكوين الموارد البشرية، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء مؤسسات تمويلية للاستثمارات السياحية كإنشاء بنوك متخصصة مثل بنك تمويل الاستثمار السياحي؛
 - ج. الحماية وتقديم الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال السياحة.
- ونجد أن المرتكزات الخمسة السابقة قد جسدت في مخططات لإنعاش السوق السياحية الجزائرية وهي:

✓ مخطط وجهة الجزائر.

✓ الأقطاب السياحية للامتياز.

✓ مخطط جودة السياحة.

✓ مخطط الشركات العمومية الخاصة.

✓ مخطط تمويل السياحة.

ثالثا : ملخص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والنتائج المرجوة لآفاق 2030:

نستعرض أهم نتائج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والنتائج المرجوة لآفاق 2030، في نهاية 2019 من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (32): نتائج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و آفاق 2030.

المؤشرات	نهاية 2019	آفاق 2030
عدد الأسرة/ الفنادق (قدرة الإيواء)	125676 سرير	3600000 سرير
عدد مناصب الشغل	320000 منصب	900000 منصب
عدد السياح الأجانب	2371000	11 مليون سائح
عدد السياح الجزائريين المقيمين في الخارج	5732000	
الإيرادات السياحية (مليون دولار)	165	8800
النفقات السياحية (مليون دولار)	670	/
مساهمة في PIB (%)	1.8%	5-6%
عدد الوكالات السياحية	2942	/
عدد المنخرطين في مخطط الجودة	482	/

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات، وزارة السياحة والصناعات التقليدية

تاريخ الاطلاع : 13-11-2021.. <https://www.mta.gov>

من خلال الجدول السابق والمعطيات الإحصائية التي تتوفر عليها السياحة الجزائرية نجد أن بلوغ آفاق 2030 من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لابد له من بذل جهود أكبر وإن كانت الفجوة التي سببتها جائحة الكورونا وأحدثت تغييرات جذرية في التطلعات المرجوة نحو ترقية الصناعة السياحية من خلال خلق أساليب تمويلية جديدة وتحفيزات من شأنها تغيير المعطيات والنتائج على مستوى القطاع بأكمله.

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال هذا الفصل يتضح جليا لنا على الرغم من المقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر غير أنها احتلت مراتب أخيرة في مؤشرات تنافسية الصناعة السياحية بين الدول العربية و إن كانت متقاربة، وهذا دال على ضعف السياحة الأجنبية الذي يرجع للمستوى دون المطلوب في خدمات الضيافة والإيواء، وقلة احتضان المهرجانات والفعاليات الدولية وكل ما له شأن في الجذب السياحي على المستوى المحلي والدولي.

كما لمسنا ضعف القطاع في مساهمته بالاقتصاد الوطني من خلال نسب المساهمة في الناتج المحلي الخام والإيرادات السياحية بالنسبة للصادرات والعجز الناتج في الميزان السياحي مما أثر على ميزان المدفوعات و أدى بطبيعة الحال لعدم امتصاص اليد العاملة.

ومع عمل الدولة الدائم على تطوير وترقية الصناعة السياحية من خلال مخططات توجيهية واستراتيجيات وسياسات تمويلية من أجل استقطاب مستثمرين في القطاع وتحسين مناخ الاستثمار.

وهذا ما جعلنا نقدم في الفصل الرابع و الخامس حلول تمويلية للنهوض بالقطاع و ذلك من خلال مقارنة اقتصادية لتجربة المملكة العربية السعودية و التي نجحت في تطوير القطاع السياحي حيث تم دراسة صيغ تمويلية معاصرة وجديدة في القطاع السياحي و التركيز على آلية البيع بالتقسيط و إبراز دورها للنهوض بالقطاع وتوسيعه، وبث النشاط في كافة هياكله وتشجيع الراغبين في السياحة للعمل في مشاريع سياحية والاستثمار وتمكينهم من الحصول على تمويلات وتحفيزات من البنوك الاسلامية الجزائرية وفتح آفاق نحو الجزائر كوجهة سياحية رائدة.

الفصل الرابع:

البنوك الإسلامية في الجزائر - دراسة بنكي البركة و السلام -

الفصل الرابع: البنوك الإسلامية في الجزائر - دراسة بنكي البركة و السلام -

تمهيد

من خلال الفصل السابق الذي بينا فيه أهم المقومات و المؤشرات الاقتصادية للصناعة السياحية في الجزائر وما تمتلكه من مقومات الجذب السياحي، ومواكبة الدول في الاستغلال الأمثل لها من خلال التخطيط السياحي ضمن برامج مرافقة للقطاع وبآفاق على المدى البعيد ويهدف تحقيق تنمية سياحية وطنية ارتأينا الوقوف على أهم النقاط التي تعزز وتحقق ذلك من خلال وضع مقترحات لبرامج تمويلية جديدة وفعالية و بالمحاكاة معا تحارب دول عربية ناجحة في سياساتها التمويلية للقطاع السياحي.

ولعل احد أهم التوجهات المستحدثة للتمويل هي قطاع الصيرفة الإسلامية وما يحمله من آليات من شأنها تغيير مسارات التنمية الاقتصادية بصفة عامة و التنمية السياحية بصفة خاصة. فولوج الجزائر للاعتماد على التمويل الاسلامي وذلك من خلال البنوك الإسلامية المنشأة و النوافذ الإسلامية لدى البنوك العمومية وتجربتها في تعميم سبل الصيرفة الإسلامية و السهر على إضافة كل المتطلبات التي تستلزمها و اعتمادها على تجارب الدول ومحاكاة آليات التمويل وتطورها من خلال الهندسة المالية الإسلامية و العمل على ابتكار صيغ تمويلية و إدخالها في جميع القطاعات.

وقسمنا هذا الفصل بدوره إلى ثلاث مباحث رئيسية كالآتي:

المبحث الأول: ماهية البنوك الإسلامية.

المبحث الثاني: بنك البركة الجزائري.

المبحث الثالث : بنك السلام الجزائري.

المبحث الأول: ماهية البنوك الإسلامية

تعتبر الصيرفة الإسلامية عن النظام أو النشاط المصرفي الذي يعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية، أي تعتبر جزء من المالية الإسلامية في إطار النظام الاقتصادي الإسلامي وليست بالكون الوحيد لهذا النظام، و تحضى بأهمية بالغة لكونها التطبيق العملي لأساس الاقتصاد الإسلامي، حيث أنها أوجدت مجالا لفقه المعاملات المالية الشرعية في الأنشطة المصرفية، وتعد البنوك الإسلامية احد أهم المرتكزات الأساسية القائمة بأبعاد الصيرفة الإسلامية ضمن مكونات النظام المالي الإسلامي سنتطرق فيما يلي إلى ماهية البنوك الإسلامية باعتبارها احد أهم مصادر التمويل الإسلامي في الجزائر ويعتبر بنك البركة، وبنك السلام من نماذج هذه البنوك.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإسلامية

تلبية لحاجة المجتمعات الإسلامية الملحة لإيجاد قنوات للتعامل البنكي بعيدا عن استخدام الفائدة ظهرت البنوك الإسلامية و التي فرضت وجودها في الساحة المالية و المصرفية الإقليمية و الدولية على الرغم من أنها مؤسسات حديثة النشأة مقارنة بالتاريخ الطويل لتجربة البنوك التقليدية، لقد وجد العديد من الكتاب صعوبة كبيرة في التوصل إلى تعريف محدد للبنك الإسلامي، فقد جاءت تعريفات عديدة ومختلفة إن لم تكن تختلف كثيرا في قصدها إلا أنها جاءت معرفة للأعمال التي تقوم بها مثل هذه المؤسسات ونذكر منها ما يلي:

- يقصد بالبنك الإسلامي: 'بيان هوية الالتزام المقررة في أسلوب التعامل الذي يسير عليه هذا البنك في علاقته مع الناس، سواء كان من المودعين أو من المستثمرين، وهو أسلوب ملتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية، أسلوب يظهر المعاملات من أية محظورات شرعية و يوفر الدائرة الكافية التي تتبع من صميم التشريع الإسلامي'¹.

¹ أحمد سليمان خصاصنة، المصارف الإسلامية (مقررات لجنة بازل تحديات العولمة إستراتيجية مواجهتها)، دار الجدار للكتاب العالمي، عمان، الأردن، 2008، ص60.

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- ويقصد به كذلك: 'مؤسسة مالية ذات دور متميز في اقتصاديات الدولة الإسلامية، يحكم تنوع خدماتها ونشاطاتها في إطار الشريعة الإسلامية وبعيدا عن التعاملات الربوية'¹. و يعرف الدكتور أحمد النجار البنك الإسلامي أنه: 'مؤسسة مالية تمثل وسيلة فعالة لتنفيذ إستراتيجية التنمية المتميزة و المنفردة، ميدان عملها الرئيسي هو التنمية، مما يدع الجهود التي تبذلها بما يتحقق و النتيجة العميقة والسريعة والفعالة في المجتمعات التي تزاوّل العمل فيها'² فالبنك الإسلامي مؤسسة مالية تتعامل وفق إحكام الشريعة الإسلامية وتهدف لتحقيق التنمية الاقتصادية بتوفير الاحتياجات التمويلية لمختلف المشاريع الاقتصادية .

نخلص مما سبق أن البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية مصرفية نقدية تقوم بدور الوساطة المالية التشاركية من خلال جذب مدخرات الأفراد و المؤسسات، توظيفها و استثمارها في إطار مبادئ نظام التشاركية وفقا لقواعد الشريعة الإسلامية بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للمجتمع وهذه التعريفات تشترك في أن الصفة الرئيسية التي تتميز بها البنوك الإسلامية الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية في قيامها بوظائفها، وهذا الالتزام العقائدي يجعلها تختلف على البنوك التقليدية سواء في قواعد العمل أو الآليات والصيغ التمويلية، و حتى الخصائص و الأهداف.

المطلب الثاني: خصائص البنوك الإسلامية

تتميز البنوك الإسلامية في سماتها عن خصائص البنوك التجارية وخصائص بنوك الاستثمار والأعمال، فتختلف عنها في الأسس والأهداف سياسة توظيف الأموال في البنوك الإسلامية عنها في البنوك التقليدية، إلا في التزامها المطلق في ممارسة أنشطتها بأحكام الشريعة الإسلامية والتي في إطار محدداتها تقدم تمويلاتها إلى جمهور المتعاملين معها بأي من أساليب

¹ عبد الرحمان يسري، قضايا إسلامية معاصرة في النقود و البنوك و التمويل، دون دار نشر ،الإسكندرية ، 2001، ص20 .

² مطهري كمال، دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية و البنوك التقليدية في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة- دراسة حالة بنك البركة و بنك القرض الشعبي الجزائري، رسالة ماجستير ،جامعة وهران ،2012، ص 16.

توظيف المال المجازة شرعا، ساعية في ذلك إلى الانتشار بمنهجها داخل مجتمعات تسودها الأعراف المصرفية التقليدية القائمة على أساس الفائدة المحددة مسبقا.

يتخلل عمل المصارف الإسلامية عدة مميزات وخصائص نذكر أهمها:¹

أولا : التزام المصرف بتعاليم الإسلام:

يجب أن تلتزم البنوك الإسلامية بأحكام الشريعة الإسلامية بجميع العمليات التي تؤديها بها سواء كانت عمليات حفظ أموال ومدخرات الأفراد وتشغيلها، أو توظيف العائد المحقق من تشغيلها والامتناع عن الأنشطة المحرمة شرعا و التي تسبب ضرر للغير.

فالبنوك الإسلامية هي جزء من النظام الاقتصادي الإسلامي باعتبار أن الدين الإسلامي جاء منظما لجميع حياة البشر وكذلك تخضع للمبادئ و القيم الإسلامية التي تقوم على أساس أن المال مال الله سبحانه وتعالى وسيحاسبنا عليه في الآخرة، لقول تعالى: "وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ" (الحديد، الآية: 07).

ثانيا: ارتباط رأس المال و العمل بأساس المشاركة وعدم التعامل بالفائدة:

النقود هي وسيلة و أداة للتعامل وعلى أساسها تعمل البنوك الإسلامية على تصميم وتطوير الخدمات و الأساليب المالية و أصحاب الأعمال بهدف تسير أعمالهم و إقامة المشروعات الاجتماعية و الاقتصادية، على أن يتم هذا التمويل وفق أحكام الشريعة الإسلامية، كما تعمل البنوك على تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع كوسيلة لتخفيف مصالحة لا ككيان مستقل ينمو في معزل عن الجميع، ولن يتحقق هذا إلى بتطبيق مبدأ المشاركة في الغنم و الغرم، ولهذا يقوم النموذج التمويلي للبنك الاسلامي على أساس أن:

- البنك لا يتاجر في النقود ولكن يعتبرها وسيلة لتوجيهه وتعبئه الطاقة البشرية و المادية.
- المشاركة هي الصيغة المناسبة لمزج عنصري النقود و العمل كبديل شرعي للاعتماد على نظام الفائدة الثابتة عند قبول الأموال وتشغيلها.
- توزيع المخاطرة على عنصري العمل ورأس المال في الربح مرتبط بالمخاطر.

¹ توصيات مجمع الفقه الإسلامي الدولي المنبثق عن المؤتمر الإسلامي في دورة مؤتمره الثاني، ديسمبر 1985، جدة، الموقع: <https://www.Jbank.ly> ، تاريخ الاطلاع 2021/11/10.

- استبعاد الفوائد الربوية:

المميز في عمل البنوك الإسلامية عن البنوك الربوية استبعاد كافة المعاملات غير الشرعية في أعماله وخاصة المعمول فيها بنظام الفوائد الربوية والذي يمثل أساس عمل البنوك الربوية، وتستعيز البنوك الإسلامية عن أسلوب الفائدة و المشاركة و الذي يقوم على توزيع مخاطر العمليات الاستثمارية بين الأطراف.

ثالثا: مجالات الاستثمار و تجميع الأموال المعطلة:

يكون توظيف البنك الإسلامي لأمواله في الاستثمار المباشر أو بالمشاركة أو أية صيغة تمويلية وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية، وبذلك يخضع نشاطه لضوابط الاقتصاد الإسلامي، فاعتماد البنك الإسلامي على صيغ المشاركات العادلة التي تقوم على التعاون بين صاحب المال وطالب التمويل وحالتيه الربح أو الخسارة تجعل نشاطه مميز على النظام المصرفي الربوي الذي يسعى لتحقيق أعلى سعر فائدة ممكن دون مراعاة لطبيعة المشروعات التي تتوطن فيها الأموال، في حين تخضع أعمال البنك الإسلامي لقواعد الحلال و الحرام في الإسلام.

من المعروف أن الكثير من أموال المسلمين في العالم الاسلامي تعد أموال معطلة لا تستفيد منها المجتمعات الإسلامية، و السبب في ذلك يعود إلى الكثير من الأفراد يتهربون من استثمار أموالهم وتنميتها في البنوك الربوية القائمة وذلك يعود إلى تمسك أبناء الأمة بعقيدته و التزامه بمبادئ دينه وتعاليمه السامية.

كما تقوم البنوك بالقضاء على الاحتكار الذي تفرضه الشركات المساهمة على أسهمها وعدم السماح للمساهمين الجدد بالاشتراك في رأس مالها، فهي تلجأ إلى إصدار سندات تمكنها من الحصول على رأس مال جديد وبقاء أسهمها محصورة في يد المساهمين فقط، أما البنوك الإسلامية، فإنها لا تصدر السندات بل أنها و لزيادة رأس مالها و التوسع في أعمالها تفتح باب الاكتتاب على أسهمها أمام جميع الراغبين في ذلك.

رابعاً: ربط التنمية الاقتصادية و الاجتماعية وترسيخ نظام الزكاة:

البنوك الإسلامية هي بنوك تنموية تقوم على بناء فكري خاص وهو الإسلام ونظامه الشامل لذلك تعمل وفق هذا البناء على تجسيد التنمية الاقتصادية، بحيث تتم عملية تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع و ذلك من خلال مساهمته في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية. والأصل في هذا الخاصية في البنك الإسلامي انه يطلق من تصور الإسلام ومنهجه الخاص و الإسلام دين الوحدة الذي لا تفصل فيه الجوانب المختلفة للحياة عن بعضها البعض، و الاهتمام بالنواحي الاجتماعية أصل من أصول الإسلام، و يظهر جلياً هذا الأصل بشكل خاص في السياسة المالية و هذا ما هو واضح في نظام الزكاة في تجسيد أهمية الوظيفة الاجتماعية في الدول الإسلامية.

كذلك تقوم البنوك الإسلامية وانطلاق من رسالتها السياسية في التوفيق بين الجانبين الروحي و المادي معاً، وذلك من خلال العمل تحقيق التضامن و الترابط بين أفراد المجتمع الإسلامي كلهم لذلك أقامت هذه البنوك صندوقاً خاصاً لجميع الزكاة، وتتولى إدارته كما تتولى مهمة إيصال هذه الأموال إلى بنوكها المحددة، وهو بذلك يؤدي واجبا فرضه الله تعالى وتقوم البنوك باستثمار الفائض من تلك الأموال وتنميتها.

و من جهة أخرى تعمل على عدم زيادة التضخم النقدي حيث يتمتع النقد باستقرار وثبات في قيمته الشرائية في ظل النظام المصرفي الإسلامي وإن كان النقد يتعرض للتضخم من التعامل في الربا، حيث إن السياسة الاقتصادية في البنوك الإسلامية قائمة على تجنب الإقراض بالفائدة باعتباره الصورة الأبرز للربا، وبذلك سيعلق الباب أمام الجهات التي تلجأ إلى الاقتراض بالفائدة لدعم استثماراتها وتغطية تمويلاتها مشاريعها، وسيخلو بذلك رأس مال الشركة من الفوائد التي تضاف على تكاليف الإنتاج، وعدم الاضطرار لزيادة أسعار المنتجات تغطية فوائد القروض¹.

¹ عبد الرزاق رحيم جدي الهيئي، المصارف الإسلامية بين النظرية و التطبيق، ج1، ط 1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 1998، ص 171 .

المطلب الثالث : أهداف البنوك الإسلامية

يسعى البنك الاسلامي لتحقيق مستلزماته الطبيعية الديناميكية، تجسيد القيم الإسلامية وتطبيق أهداف الشريعة الإسلامية في مجال المال و المعاملات الاقتصادية التي يمكن إيجازها في ما يلي¹:

أولاً: الأهداف المالية:

يؤدي البنك الاسلامي دور الوساطة المالية لجذب الودائع وتوظيفها، وعدم تعطيل الأموال و استثمارها بما يعود بالأرباح على المجتمع و الأفراد، و استثمار الأموال يعتبر الشق الثاني في الوساطة المالية، لان الاستثمار ركيزة العمل في البنك و المصدر الرئيسي لتحقيق الأرباح سواء للمودعين أو المساهمين على أن يكون الهدف تحقيق التنمية الاجتماعية.

ثانياً: أهداف خاصة بالمتعاملين:

حرص البنك على تقديم خدماته و بجودة عالية يزيد في عدد المتعاملين من خلال توفير التمويل اللازم للمستثمرين باختيار أفضل قنوات الاستثمار في شركات خاصة تابعة للبنك أو التوجه المباشر إلى السوق المحلية و الدولية، و ثقة و المتعاملين أيضا في توفر عنصر الأمان و توفر السيولة النقدية لمواجهة احتمالات السحب المختلفة.

ثالثاً: أهداف داخلية:

تعد الموارد البشرية الكفاءة في البنك العنصر الرئيسي لتحقيق الأرباح بصفة عامة، ولا بد من توفر الخبرة من خلال ذلك العمل على تنمية المهارات و الأداء، وحتى تستمر بنفس النشاط يجب تحقيق معدل نمو مرتفع لمواجهة المنافسة الدائمة في الأسواق المصرفية. و العمل على تحقيق الأهداف الداخلية بشكل أمثل يفرض الانتشار و التوسع لفروع هذه البنوك وتلبية الخدمات في أقرب الأماكن في المجتمع.

¹ محمد الصيرفي، ناصر خليفة عبد المولي، البنوك الإسلامية المفهوم الإداري و المحاسبي، مرجع سبق ذكره، ص54 ، ص 55.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

رابعاً: أهداف ابتكاريه:

مع الأساليب المبتكرة للهندسة المالية الإسلامية فإن ابتكار صيغ تمويل ومشاريع استثمارية جديدة ومختلفة ومتنوعة يحمي البنك ويساهم في تطويره لمحدودية الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الربوية، ويجب أن لا تخالف هذه التطبيقات و المشاريع الاستثمارية المبتكرة أحكام الشريعة الإسلامية.

و يمكن تلخيص لكل الأهداف المنوطة بالبنوك الإسلامية في الشكل التالي:

الشكل رقم (41): أهداف البنوك الإسلامية.

أهداف البنك الإسلامي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: محمد الصيرفي، ناصر خليفة عبد المولي، البنوك

الإسلامية المفهوم الإداري و المحاسبي، مرجع سبق ذكره، ص55.

المبحث الثاني: بنك البركة الجزائري

قبل التطرق لبنك البركة الجزائري نتعرف أولا على مجموعة البركة المصرفية، ومن ثم نتعرف على أهم ما يميز بنك البركة الجزائري.

المطلب الأول: التعريف بمجموعة البركة المصرفية

مجموعة البركة المصرفية هي شركة مرخصة كشركة استثمارية مطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية من طرف مصرف البحرين المركزي، ومدرجة في بورصة البحرين، وتعد مجموعة البركة من رواد الأعمال المالية والاستثمارية الإسلامية على مستوى العالم حيث تقدم خدمات مالية ومصرفية مميزة للأفراد والشركات والاستثمارات إلى قرابة حوالي مليار شخص حول العالم وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية من خلال وحداتها في الدول التي تعمل فيها.

يبلغ رأس مال المصرح به للمجموعة 215 مليار دولار أمريكي، ولها انتشار جغرافي واسع متمثل في وحدات مصرفية تابعة ومكاتب تمثيل في سبعة عشر دولة، حيث تدير حوالي 700 فرع وأزيد عن 3 مليون زبون حول العالم . وللمجموعة حاليا تواجد في كل من: الأردن، مصر، تونس، البحرين، السودان، تركيا، جنوب إفريقيا، الجزائر، باكستان، لبنان، السعودية، سوريا، المغرب، ألمانيا، بالإضافة إلى فرعين في العراق ومكتب تمثيلي في ليبيا .

الجدول رقم (33) فروع بنك البركة الاسلامي بالدول

اسم البنك	سنة التأسيس	اسم البنك	سنة التأسيس
البنك الاسلامي الأردني	1978	مجموعة البركة	2002
بنك البركة مصر	1980	إتقان كابيتال	2007
بنك البركة تونس	1983	بنك البركة سوريا	2009
بنك البركة السودان	1984	بنك البركة باكستان المحدود	2010
بنك البركة الإسلامي البحرين	1984	بنك البركة ليبيا (مكتب تمثيلي)	2011
بنك البركة التركي للمشاركات	1985	بنك التمويل والإئتمان	2017
بنك البركة المحدود جنوب إفريقيا	1989	بنك البركة ألمانيا	2018
بنك البركة الجزائر	1991	بنك البركة العراق	
بنك البركة لبنان	1991	-	

المصدر: موقع بنك البركة: <http://www.albarakabank.com> تاريخ الاطلاع: 06-10-2022.

المطلب الثاني: تعريف بنك البركة الجزائري

بنك البركة الجزائري¹ هو أول بنك إسلامي مشترك بين القطاع العام والخاص مؤسس في الجزائر فقد أنشئ بتاريخ 20 ماي 1991 كشركة مساهمة في إطار قانون النقد والقرض رقم: 10/90 الصادر في: 1991/04/14.

بنك البركة الجزائري هو مؤسسة مؤهلة للقيام بكل العمليات المصرفية التمويلية والاستثمارية المطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية، يجمع بنك البركة الجزائري بين بنك تجاري وبنك استثمار، حيث يعتبر وفق المادة 114 وفق القانون 10/90 بنكا تجاريا، في حين تنظم الفقرة 08 من المادة 03 من قانونه الأساسي أعماله بصفته بنكا للاستثمار، تأسس برأس مال مختلط قدره 500 مليون دج مقسمة إلى 500 ألف سهم قيمة كل سهم 1000 دج، يشترك فيها مناصفة مع كل من شركة دلة البركة القابضة الدولية نسبة 56% وبنك الفلاحة والتنمية الريفية بنك عمومي جزائري لما نسبة 44 %، حيث يهدف إلى تنمية المجتمع الجزائري المسلم وإلى خلق توليفة عملية مناسبة بين متطلبات العمل المصرفي الحديث وضوابط الشريعة الإسلامية، ويسعى كذلك لتغطية الاحتياجات الاقتصادية في ميادين الخدمات المصرفية وأعمال التمويل والاستثمار غير الربوي، والعمل على استقطاب الأموال وتشغيلها بالطرق الإسلامية الصحيحة، وبأفضل العوائد بما يتفق وظروف العصر والسعي لتطوير وسائل جذب الأموال والمدخرات وتشجيع التوفير العائلي وتوجيه نحو المشاركة في الاستثمار المصرفي غير الربوي، وتوفير التمويل اللازم لسد احتياجات القطاعات المختلفة، لاسيما القطاعات البعيدة عن أماكن الاستفادة من التسهيلات المصرفية التقليدية، ودعم صغار المستثمرين والحرفيين.

أولا : نشأة بنك البركة :

إن فكرة إنشاء بنك البركة الجزائري تعود إلى سنة 1984 من خلال الاتصال الذي تم بين الجزائر متمثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وشركة دلة القابضة

¹ الموقع الرسمي لبنك البركة: www.albarakabank.com/dz .

- دراسة بنكي البركة و السلام -

الدولية، وقد كانت نتيجة هذا الاتصال أن تم تقديم قرض مالي من طرف مجموعة دلة القابضة للحكومة الجزائرية بلغت قيمته 30 مليون دولار خصص لتدعيم التجارة الخارجية، حيث كان هذا القرض بمثابة فرصة لخلق جو من الثقة المتبادلة بين الجزائر والمجموعة.

وفي سنة 1986 بدأت فكرة إنشاء بنك مشاركة في الجزائر تتبلور أكثر، وذلك عند قيام مجموعة دلة البركة المصرفية بعقد ندوتها الرابعة في فندق الأوراسي بالجزائر العاصمة، حيث كان محور هذه الندوة هو مناقشة فكرة إنشاء بنك إسلامي في الجزائر.

لقد كانت لسلسلة الإصلاحات التي عرفتھا المنظومة المصرفية ابتداء من 1986 ووصولاً إلى القانون 10/90 المؤرخ في 14 أفريل 1990، الدور الكبير في فتح المجال أمام الشركات الأجنبية للاستثمار في المجال المصرفي بالجزائر ومنها بنك البركة الجزائري الذي وجد سبيله من خلال تقديم طلب اعتماد البنك بالجزائر و الذي تمت الموافقة عليه كم خلال التصريح له بالعمل في السوق المصرفي الجزائري، ليتم بموجبه إنشاء هذا البنك بتاريخ 20 ماي 1991 تحت اسم بنك البركة الجزائري برأس مال 500 مليون دينار جزائري، وبدأ بمزاولة نشاطاته بصفة فعلية خلال شهر سبتمبر 1991 أما فيما يخص المساهمين، فهما بنك الفلاحة والتنمية الريفية (الجزائر) ومجموعة البركة المصرفية (البحرين) ثم جاء في إطار الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 سبتمبر 2003 المتعلق بالنقد و القرض المعدل و المتمم، فللبنك الحق في مزاولة جميع العمليات البنكية من تمويلات واستثمارات، وذلك بما يتوافق و أحكام الشريعة الإسلامية.

و اعتبر القانون رقم 90-10 المتعلق بالنقد والقرض بنك البركة الجزائري على أنه شركة مساهمة لها الحق في تنفيذ جميع الأعمال المصرفية وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية السمحاء،

- دراسة بنكي البركة و السلام -

ليتيح بذلك فرصة العمل المصرفي للمتعاملين الذين يسعون إلى التعامل على أساس مبادئ الشريعة الإسلامية¹.

• أما أهم المراحل التاريخية لبنك البركة الجزائري:

فيما يلي سنتطرق إلى أهم المراحل التاريخية التي مر بها بنك البركة الجزائري منذ إنشائه²:

- 1991: تأسيس بنك البركة الجزائري ؛
- 1994: الاستقرار والتوازن المالي للبنك؛
- 1999: المساهمة في تأسيس شركة التأمينات "البركة والأمان" ؛
- 2000: المرتبة الأولى بين البنوك ذات الرأس المال الخاص ؛
- 2002: إعادة الانتشار في قطاعات جديدة في السوق بخصوص المهنيين والأفراد؛
- 2003: إنشاء شركة للترقية العقارية "دار البركة" برأس مال قدره 1550.000.00 دج؛
- 2006: زيادة أولى لرأسمال البنك إلى 2.5 مليار دينار جزائري؛
- 2009: زيادة ثانية لرأسمال البنك إلى 10 مليار دينار جزائري؛
- 2015: إنشاء معهد للبحوث والتدريب في الصيرفة الإسلامية (IRFI)؛
- 2015: إنشاء شركة للخبرات العقارية "IMMO SATEC" برأس مال قدره 15.000.000 دينار جزائري؛
- 2016: الريادة في مجال التمويل الاستهلاكي على مستوى القطر الجزائري؛
- 2017: زيادة ثالثة لرأسمال البنك إلى 15 مليار دينار جزائري؛
- 2018: تصنيفه كأحسن مصرف إسلامي في الجزائر للسنة السادسة على التوالي تصنيف (GLOBAL FINANCE) ؛
- 2018: من بين أفضل الوحدات لمجموعة البركة المصرفية من حيث المردودية؛

¹ عبد الكريم يحيوي : تمويل البنوك الإسلامية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الحاضر والمستقبل في الجزائر دراسة حالة بنك البركة، مجلة أرصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد رقم 03، العدد الخاص أبريل 2020، ص 239، ص 240.

² الموقع الرسمي لبنك البركة: www.albarakabank.com/dz ، تاريخ الاطلاع : 06 -10- 2022 .

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- 2019: تحقيقه لمكانة لا يستهان بها ومن بين أبرز البنوك على مستوى الساحة المصرفية الجزائرية؛

- 2020: زيادة رابعة لرأسمال البنك إلى 20 مليار دينار جزائري.

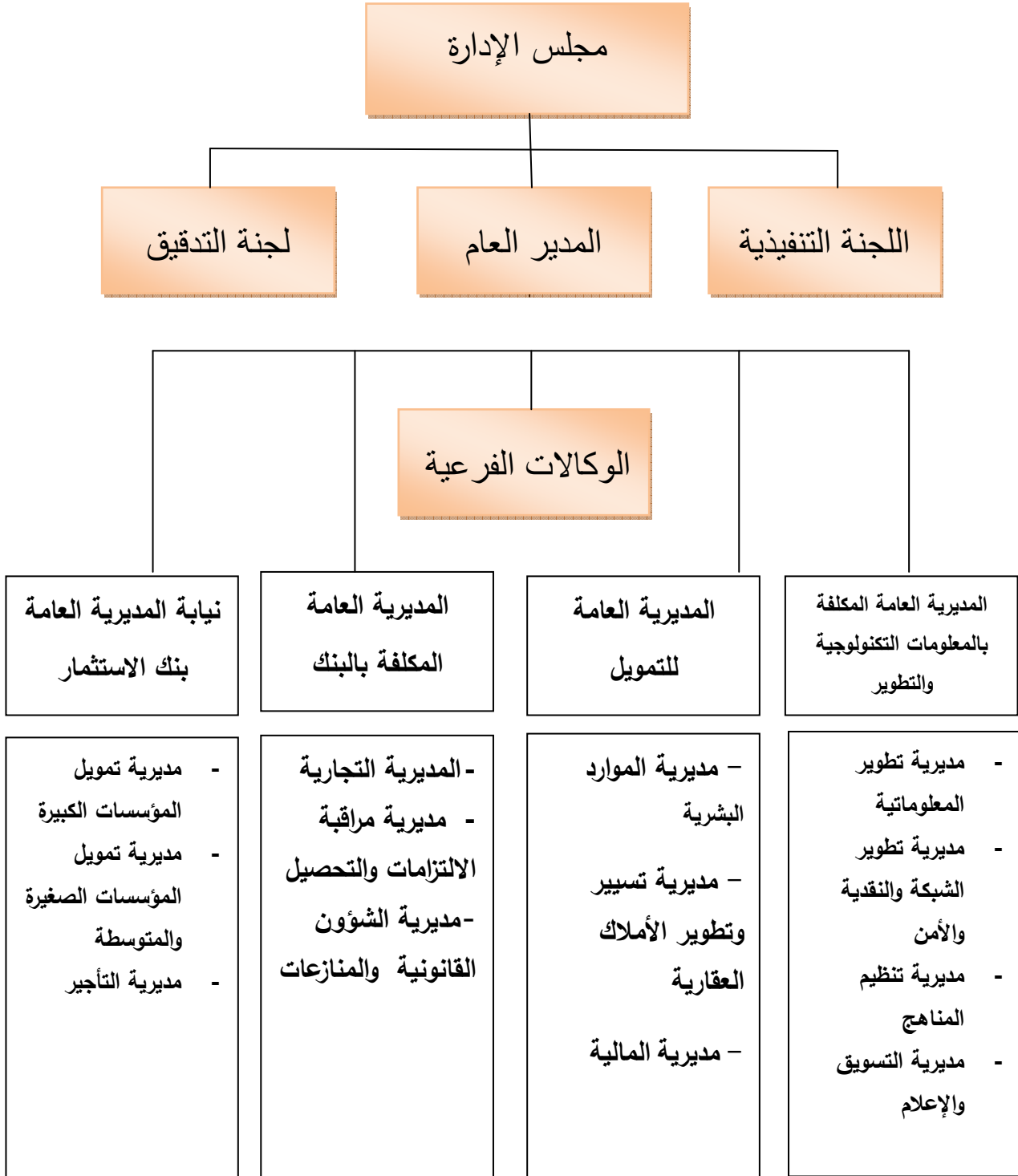
ثانيا : الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري والفروع التابعة له:

يتميز بنك البركة الإسلامي بالاختلاف عن باقي البنوك كونه بنك مختلط ولذا نلمس الاختلاف في هيكله التنظيمي، وذلك لضمان السير الحسن لكل عملياته و تحقيق أهدافه المسطرة والمراد تحقيقها.

يديره مجلس الإدارة و الذي يتكون من إحدى عشرة عضو، من المهام الموكلة لأعضاء مجلس الإدارة تحديد إستراتيجية البنك، تحديد طريقة تنظيمها، مراقبة خطة العمل من خلال التأكد من توافقها مع الإستراتيجية المحددة من قبل مجموعة البركة المصرفية، مراقبة الالتزام بسياسات وإجراءات البنك، إعلام المساهمين من خلال إصدار تقارير متنوعة دورية و سنوية.

و يكون تحت رئاسة رئيس ونائب له وهو نفسه المتصرف المنتدب، هذا بالإضافة لأربعة نواب، كما يتواجد عضوان على مستوى لجنة التدقيق وآخران على مستوى لجنة التنفيذ، دون إغفال هيئة الرقابة الشرعية تصدر تقارير شرعية بالموازاة و التقارير السنوية و التي تعد من أهم العناصر المكونة للبنك البركة الإسلامي الجزائري وذلك لمراقبة طبيعة نشاطات البنك و مدى توافقها و أحكام الشريعة الإسلامية والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري:

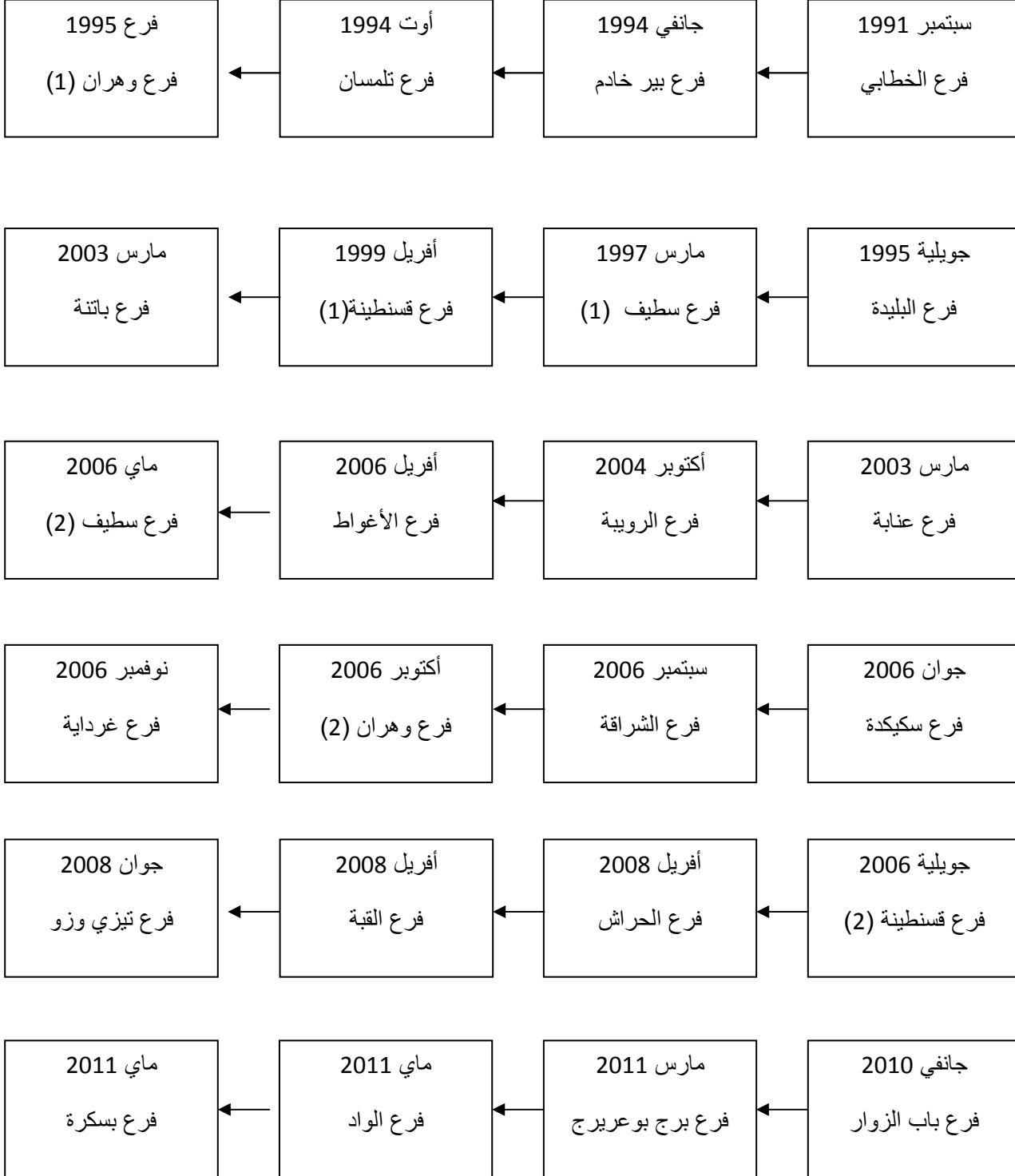
الشكل رقم (42): الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري.

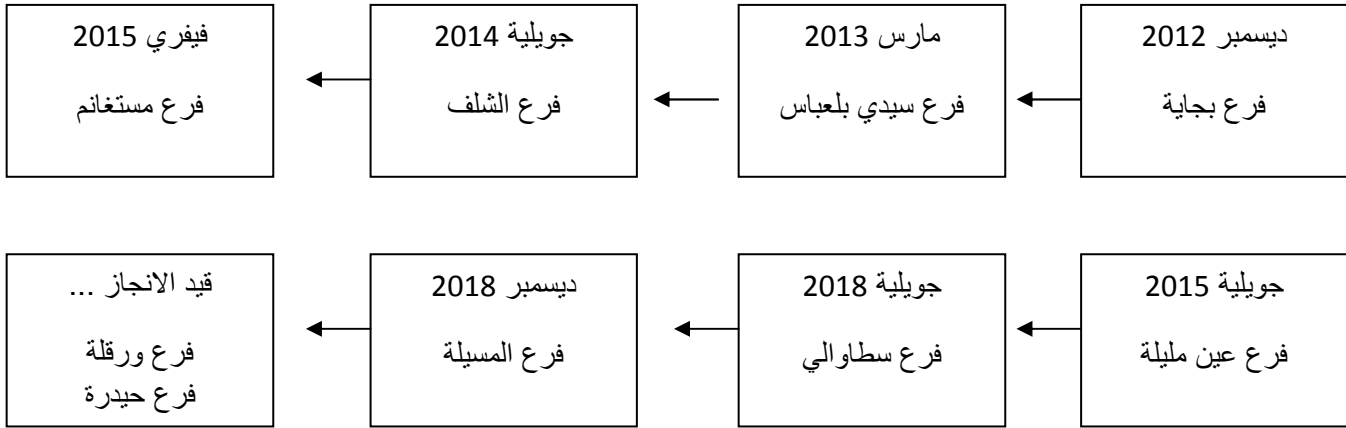


المصدر: موقع بنك البركة الجزائري www.albarakabank.com/dz، تاريخ الاطلاع : 13-10-2022.

أما بالنسبة لفروع بنك البركة الجزائري (1991-2020) فهي بالترتيب :

الشكل رقم (43): فروع بنك البركة الجزائري (1991-2020).





المصدر : من إعداد الباحثة من خلال المعطيات المتوفرة في موقع البركة بنك،
www.albarakabank.com/dz تاريخ الاطلاع : 8-10-2022 .

ثالثا : آليات و صيغ التمويل ببنك البركة:

يوفر بنك البركة توليفة متنوعة من المنتجات المالية للمؤسسات المصغرة والصغيرة تعينهم على انجاز مشاريعهم الاستثمارية وتلبية احتياجاتهم الاستغلالية، فضلا عن ذلك فهو يقدم مجموعة من المنتجات التي تمهد تنفيذ عمليات التجارة الخارجية وتوفر حلول فعالة تخدم تطلعات عملائه في إطار وسائل الدفع الدولية كالتحويل الحر، التحصيلات والاعتمادات المستندية، والكفالات الدولية حيث تمثل مجموعة المنتجات المالية المعتمدة ببنك البركة في¹:

1- منتجات تمويل الاستغلال أو الاستثمار:

من خلال تمويل الموارد الأولية والمنتجات نصف المصنعة، تمويل السلع الموجهة لإعادة بيعها على حالتها، تمويل الديون الناشئة، تمويل صفقة عمومية مرهونة، وأهم الصيغ المطبقة في هذا التمويل عادة : المراجعة، المشاركة، الاستصناع، المساومة، السلم، الإيجار.

¹ الموقع الرسمي لبنك البركة ، www.albarakabank.com/dz تاريخ الاطلاع: 2021/10/08.

2- تمويل الالتزام بالتوقيع:

يتم في إطار الاعتماد المستندي، كفالة مناقصة، كفالة حسن تنفيذ، كفالة تسديد تسبيقات.

3- التمويل العقاري:

يقوم البنك من خلاله بتمويل سكن جديد أو مستخدم تمويل البناء الذاتي أو التوسع أو تهيئة مسكن لشراء قطعة أرض لغرض البناء، و يطلق على هذا التمويل دار البركة.

4- تمويل السيارات:

يتم من خلالها اقتناء سيارات من طرف ممولين سبق التعاقد معهم، عن طريق عقد مرابحة سواء كانت سيارات سياحية أو نفعية، و يسمى هذا التمويل سيارة البركة.

5- تمويل القرض المصغر:

عبارة عن قروض مصغرة لفائدة المهنيين و المؤسسات الصغيرة، الذين لا يستطيعون الحصول على الخدمات المصرفية لأسباب مختلفة أهمها: عدم وجود الضمانات العينية الكافية، توجه القروض المقترحة لعملاء القرض المصغر ممن ينشطون في المجال التجاري ولا تتوفر فيهم المعايير المشروطة في العمل المصرفي بالدرجة الأولى أو لتمويل الاستغلال أو تمويل اقتناء عتاد (عتاد متنقل، آلات..... الخ) والصيغة المتبعة هنا تتمثل في صيغة المشاركة (قصيرة ومتوسطة المدى)، تتراوح مدة التسديد في المشاركة قصيرة المدى من 3 إلى 12 شهر، وفي المشاركة المتوسطة المدى من 12 إلى 36 شهر، بمبلغ تمويل يتراوح من 50 ألف دج إلى 100 ألف دج.

6- التمويل بالقرض الحسن :

قرض مصغر ذو طابع اجتماعي موجه لتمويل الأنشطة المحلية الصغيرة المنشأة من طرف النساء الماكثات بالبيت أو المنظمات في شكل مجموعة متضامنة، يسدد القرض خلال مدة 12 شهر، يقدر المبلغ الأقصى للتمويل الممنوح ب 50 ألف دج، وان كان عدد النساء المجموعة يصل إلى 15 امرأة فان مبلغ التمويل يصل إلى 750 ألف دج.

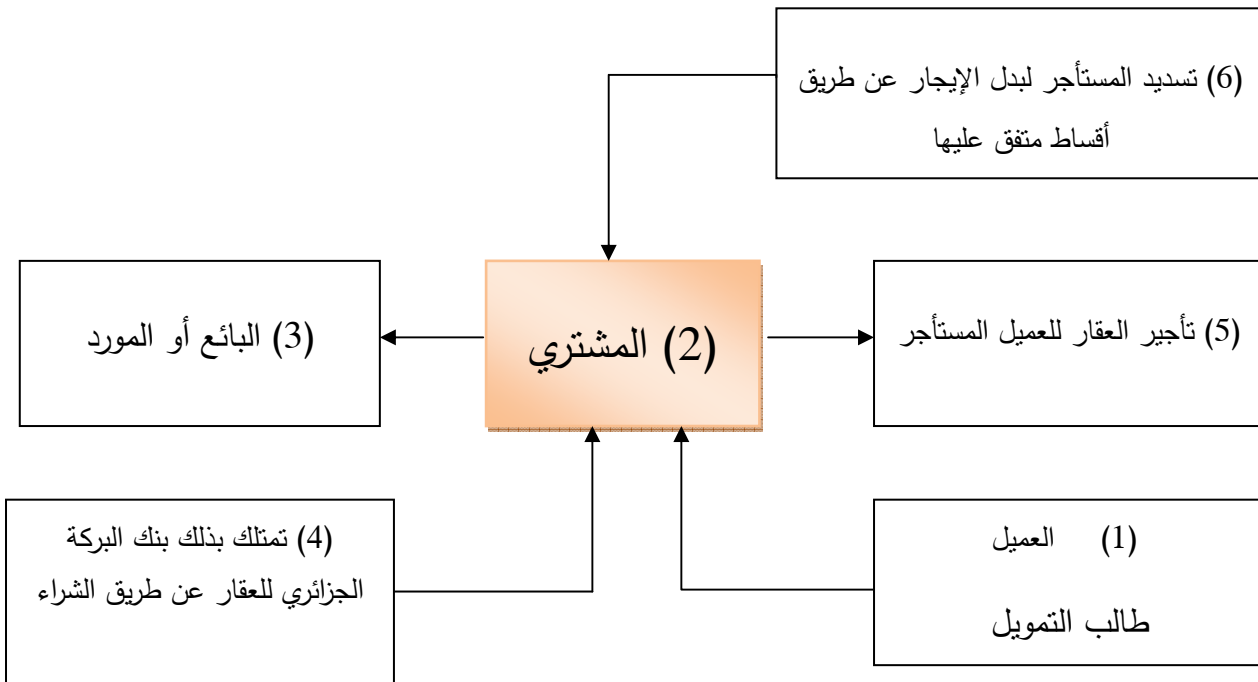
أما بالنسبة لصيغ التمويل المعتمدة بينك البركة :

بعيدا عن الالتزام بالوساطة المالية للصيرفة الاسلامية، فان بنك البركة الإسلامي وفضلا عن الدور المالي الذي تحكمه اتفاقية أو عقد يحدد الشروط المالية كالمبلغ ومدة الالتزام وتحديد خط التمويل يلعب دورا تجاريا أساسيا، يتمثل في نشاطات الإنشاء والتمويل وتسويق الثروات وذلك عن طريق عدة صيغ حسب ما يناسب طبيعة المشروع أو حسب ما يطلبه الزبون، حيث يعتمد على خمس صيغ تتمثل في ¹:

1- التمويل عن طريق الإجارة :

من خلال الشكل التالي و المبين لآلية الإجارة و إجراءاتها في بنك البركة :

الشكل رقم (44) : صيغة التمويل بالإجارة .



المصدر : موقع بنك البركة www.albarakabank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06 - 10 - 2021.

¹ الموقع الرسمي لبنك البركة ، www.albarakabank.com/dz تاريخ الاطلاع : 2021/10/08.

أ- تعريف الإجارة :

و تأخذ تسمية الاعتماد الايجاري هو عقد إيجار أصول مقرون بوعده بالبيع لفائدة المستأجر ويتعلق الأمر بتقنية تمويل حديثة النشأة نسبيا حيث يتدخل في هذه العملية ثلاثة أطراف أساسية وهي:

- مورد الأصل (الصانع أو البائع).

- المؤجر (البنك أو المؤسسة التي تشتري الأصل لغرض تأجيره لعميل).

- المستأجر الذي يؤجر الأصل الذي يحتفظ بحق الاختيار في الشراء النهائي بموجب التأجير.

من التعريف نجد أن حق ملكية الأصل يرجع للبنك خلال طول مدة العقد، غير أن الاستغلال يعود للمستأجر عند انتهاء مدة العقد يمنح للمستأجر أحد الخيارات الثلاث الآتية:

- العميل ملزم باقتناء الأصل (بعقد إيجاري تملكي).

- العميل له الخيار ما بين إعادة استئجار الأصل أو إعادته إلى البنك (عقد الاعتماد الايجاري).

- يستأجر العميل مرة أخرى الأصل المؤجر (تجديد عقد الاعتماد الايجاري) فيستفيد من مزايا جبائية و تحسب من الفرق الايجابي بين مبلغ الإيجار السنوي و مبلغ الاهتلاك الذي كان من الممكن أن يقيد ضمن حقوق الملكية في حالة ما إذا كان الأصل موضوع اقتناء و ترك مجال لاستخدام حق الخيار النهائي (شراء، إعاره، إيجار ثاني)، يسمح له للبحث في اختيار توقيت أنسب تبعا للظروف واحتياجات العمل.

ب- شروط مطابقة الإجارة للشريعة الإسلامية :

من أهم الشروط التي تخضع لها صيغة الإجارة في الشريعة الاسلامية و التي تفرضها الهيئة الشرعية لبنك البركة:

- يجب أن يكون موضوع التأجير معروف ومقبولا من الطرفين (استعمال الأصل المؤجر).

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- يجب أن تكون عملية التأجير على أصول دائمة .
- الأصل المؤجر بما فيه التتابع اللازمة لاستعماله يجب أن يسلم لمستخدمه على الحالة التي أجر من أجلها.
- مدة التأجير، آجال التسديد، مبلغ الإيجارات، يجب أن تحدد وتعرف عند توقيع على عقد التأجير.
- يمكن تسديد الإيجارات مسبقا، لأجل أو بأجزاء وهذا حسب اتفاق الطرفين.
- باتفاق الطرفين يمكن مراجعة الإيجارات مسبقا، مدة التأجير وكل البنود الأخرى للعقد.
- أي تحطم أو انخفاض قيمة الأصل المؤجر لسبب خارج عن نطاق المستعمل، لا يقحم مسؤولية العميل، إلا إذا تم التحقق أنه لم يأخذ الاحتياطات اللازمة للحفاظ عليه كمالك حقيقي له.
- ما لم يوجد اتفاق مخالف لذلك يقع على عاتق البنك إجراء كل أعمال الصيانة و الإصلاحات اللازمة للحفاظ على الأصل، و يتحمل كل التكاليف الإيجارية الواردة في عقد التأجير.
- يضمن المستعمل صيانة الأصل المؤجر، مع تحمل كل التكاليف الإيجارية التي تظهر بعد تاريخ التأجير.
- يمكن تأجير الأصل إجارة من الباطن ما لم يكن اتفاق مخالف.

ت . أهمية صيغة الإجارة :

التأجير هو تقنية حديثة نسبيا لتمويل الاستثمارات (المنقولة وغير المنقولة)، وفي هذا الصدد يمكن أن يصنف ضمن صيغ التمويل المتوسطة والطويلة المدى، مع مطابقة هذه الصيغة لمبادئ الشريعة الإسلامية تجعل البنوك الإسلامية تستخدم هذه الصيغة المميزة في تمويل استثمارات عملائه، كما تتميز هذه الصيغة في قوة الضمان التي تقدمه هذه الصيغة للبنك بوصفه المالك القانوني للعقار المؤجر بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين، فمزاياء التأجير كثيرة فهي تتيح لهم تجديد معاهداتهم القديمة وبالتالي الاستفادة من آخر التطورات التكنولوجية، من ناحية أخرى يمنح لهم ميزة

- دراسة بنكي البركة و السلام-

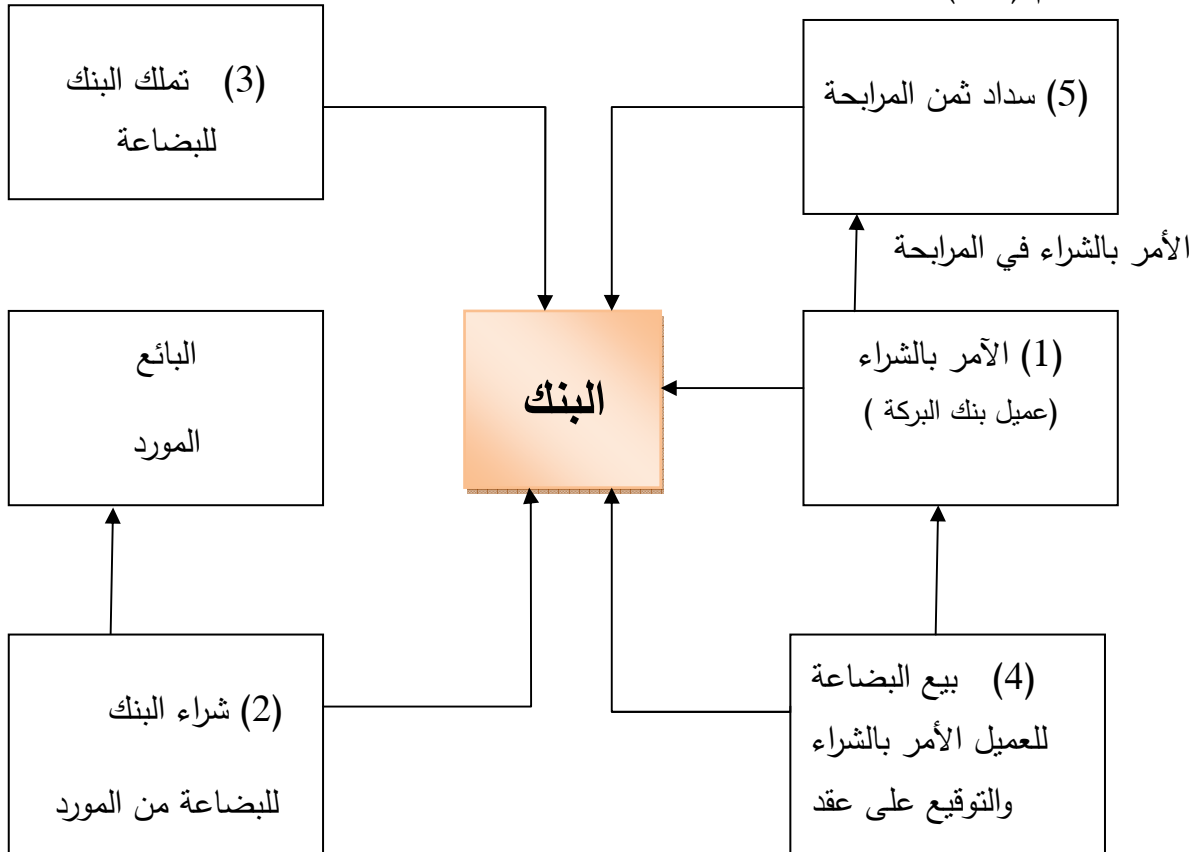
عدم تجميد أموالهم على المدى المتوسط والطويل في حالة اقتناء عن طريق التمويل الذاتي أو عن طريق تمويل استثماري.

حيث تقتصر التكاليف السنوية في إطار هذا التمويل على الإيجار فقط خلال هذه الفترة، مما يجعله محبذ لدى الشركات التي لديها صعوبة في تحقيق التوازن لوضعهم المالي.

2- التمويل عن طريق المراجعة :

نبينه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (45): صيغة التمويل بالمراجعة .



المصدر: موقع بنك البركة www.albaraka-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06-10-2021.

أ- تعريف المراجعة:

تعرف المراجعة على أنها بيع بثمن الشراء مضاف إليه هامش الربح معروف ومتفق عليه بين المشتري والبائع (البيع بربح معلوم).

- دراسة بنكي البركة و السلام -

ب- أشكال المراجعة:

تأخذ أحد الشكلين التاليين:

- عملية تجارية مباشرة ما بين بائع ومشتري.
- عملية تجارية ثلاثية ما بين المشتري الأخير (مقدم طلب الشراء)، وبائع أول (المورد) وبائع وسيط (منفذ طلب الشراء).
- وقد تم الأخذ بالصيغة الثانية في أغلب العمليات المصرفية لبنك البركة، بحيث يتدخل البنك بصفته المشتري الأول بالنسبة للمورد وكبائع بالنسبة للمشتري مقدم الأمر بالشراء (العميل).
- يشترى البنك السلع نقداً أو لأجل ويبيعها نقداً أو بتمويل لعملية مضاف إليه هامش الربح المتفق عليه ما بين الطرفين.

ت- أهمية هذه الصيغة التمويلية :

- المراجعة هي صيغة تمويلية تسمح للبنوك الإسلامية بتمويل وفقاً لمبادئها، سواء الاحتياجات الاستغلالية لعملائها (مخزونات، مواد، المنتجات الوسيطة) أو استثماراتهم.
- ث- شروط مطابقة المراجعة للشريعة الإسلامية :

- يجب أن يكون موضوع عقد المراجعة مطابقاً للشريعة الإسلامية (عدم تمويل المواد المحرمة في الإسلام).
- الشراء الأولي للسلع من طرف البنك، حيث أن الأساس القاعدي للمراجعة هو أن هامش الربح العائد للبنك لا يفسر بالطابع التجاري وليس المالي للعملية التجارية (يجب أن تكون عملية الشراء وإعادة البيع حقيقية وليس وهمية). وبهذا الصدد تنشأ المراجعة.
- المبلغ العائد وهامش ربح البنك وآجال التسديد، يجب أن تكون معروفة ومتفق عليها بين الطرفين مسبقاً.
- في حالة التأخر في التسديد، يمكن للبنك أن يطبق على العميل المماطل غرامات تأخير التي توضع في حساب خاص يسمى إيرادات قيد التصفية، ولكن لا يمكن للبنك إعادة مراجعة هامش ربحه بالزيادة مقابل تجاوز آجال التسديد. غير أنه وفي حالة ثبوت

- دراسة بنكي البركة و السلام-

النية السيئة للعميل، وإضافة إلى غرامات التأخير يحق للبنك مطالبة تعويض الضرر عن الاستحقاقات غير المسددة، والتي من خلالها يقيم الضرر بالمقارنة مع المقاييس العملية الخاصة بالبنك وتجتب كل مرجع لنسب الفائدة.

- بعد إنجاز عقد المراجعة، تصبح ملكية السلع فعلية للمشتري النهائي ويصبح مسؤولا عنها غير أنه يمكن للبنك أن يأخذ السلع المباعة كضمان لتسديد مبلغ البيع والتنفيذ على الرهن الحيازي في حالة عدم التسديد.

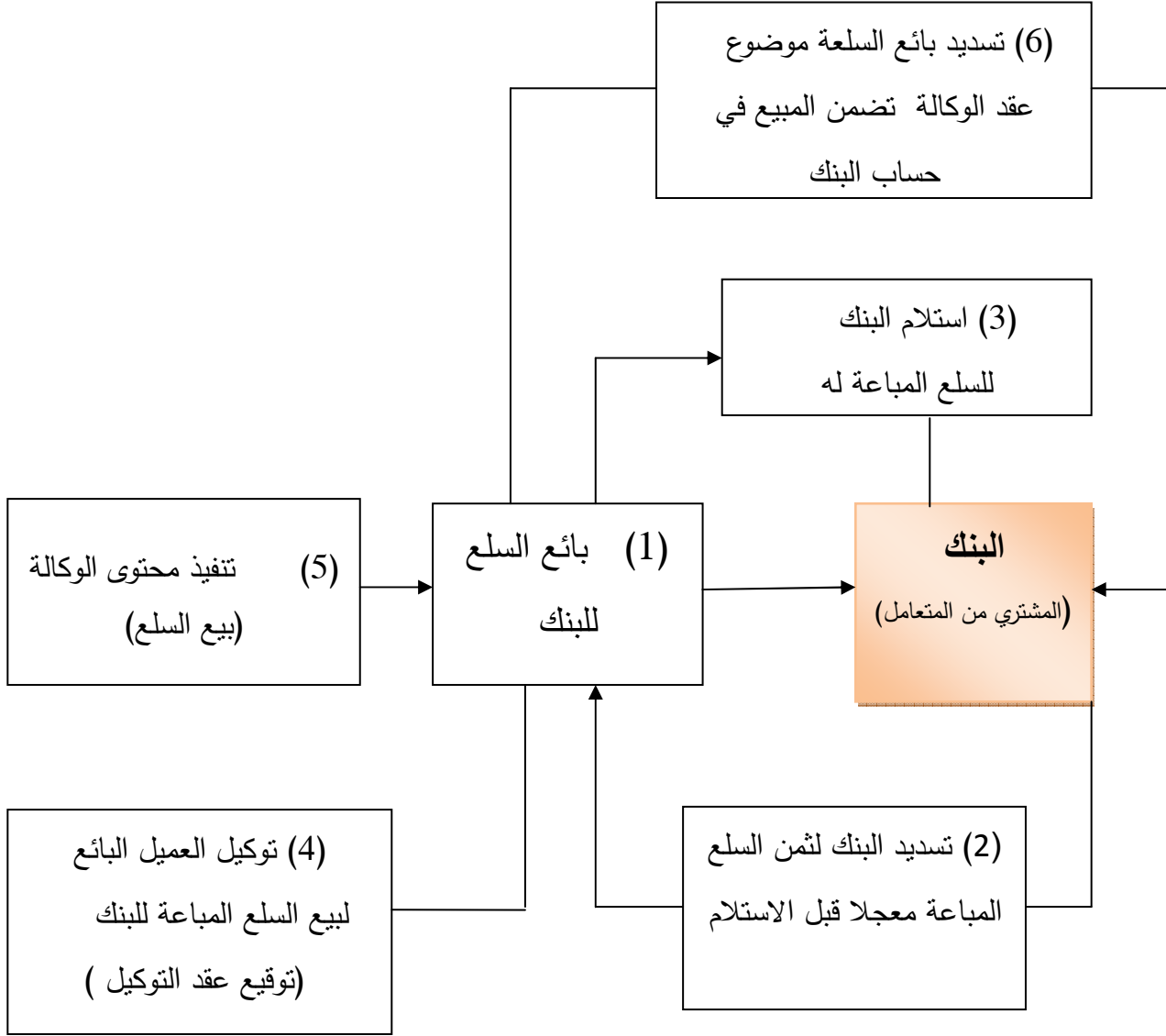
كما أنه يمكن أن يأخذ في الحساب منح العميل إعادة جدولة للدين الذي على عاتقه وهذا دون أخذ هامش ربح إضافي على المبلغ¹.

3- التمويل عن طريق السلم :

نتعرف عليه من خلال الشكل التالي :

¹ موقع بنك البركة: www.albarak-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06-10-2021.

الشكل رقم (46): صيغة التمويل لبيع السلم .



المصدر: موقع بنك البركة www.albaraka-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06-10-2021.

أ- تعريف السلم :

يمكن تعريف السلم بأنه عملية بيع مع التسليم المؤجل للسلع، وخلافا للمرابحة لا يتدخل البنك بصفة بائع لأجل للسلع المشتراة بطلب من عميله، ولكن بصفته المشتري بالتسديد نقدا للسلع التي تسلم له مؤجلا.

ب- أساس بيع السلم:

تحظر قواعد الشريعة الإسلامية كافة العمليات التجارية التي ليس لها موضوع عند إبرام المعاملة ما يسمى (البيع المعدوم)، غير أن بعض التطبيقات التجارية التي لا تستوفي هذا الشرط مسموح بها بسبب ضرورتها في حياة الناس، هذا هو الحال بالنسبة للتمويل بالسلم الذي رخص به الرسول عليه الصلاة والسلام في حديثه.

ت- الخطوات العملية و إجراءات بيع السلم :

يخضع لعدة إجراءات وضعها بنك البركة وهي:

- يضع البنك (المشتري) طلبا مع عميله لكمية معينة من البضائع، بقيمته تتوافق مع احتياجاته التمويلية.
- يرسل العميل (البائع) إلى البنك فاتورة أولية توضح وكميات وسعر البضائع المطلوبة.
- يوقع الطرفان بمجرد اتفاقهما على شروط الصفقة، عقد بيع سلم يتضمن البنود المتفق عليها (طبيعة البضائع والكميات والسعر والمواعيد النهائية وشروط التسليم و/أو البيع نيابة عن البنك.. إلخ) .
- في الوقت نفسه، يوقع الطرفان عقد بيع بالوكالة يخول البنك بموجبه البائع بتسليم أو بيع (حسب الحالة) البضائع إلى شخص ثالث، يتعهد البائع على مسؤوليته الكاملة بتحصيل ودفع مبلغ البيع للبنك.
- بالإضافة إلى الضمانات العادية التي يطلبها البنك في أنشطته التمويلية (الضمانات والتعهدات و الرهون العقارية وما إلى ذلك)، فقد يطلب من البائع الحصول على تأمين ائتماني لحماية نفسه من مخاطر عدم السداد من قبل المشتري النهائيين .
- عند الاستحقاق إذا اختار البنك تكليف البائع ببيع البضائع نيابة عنه، فيقوم الأخير بإرسال الفاتورة نيابة عن البنك وتسليم الكميات المباعة مع الحرص إذا رأى البنك ذلك ضروريا أن يطلب من المشتريين قسائم التحصيل الخاصة بهم مختومة في عدادات الأخير (إجراء يهدف إلى السماح بمراقبة العملية والتحكم فيها).

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- يجوز منح مكافأة تفويض البائع في شكل عمولة أو خصم أو مشاركة في الهامش الناتج عن بيع البضائع، يمكن أيضا خصما في بداية المعاملة وإدراجها في مبلغ السلعة (تمويل السلم) في أي حال يجب حساب مبلغها بالرجوع إلى معدلات الهامش المطبقة في السوق لمعاملات مماثلة.
- يجوز للبنك استخدام تقنية الضمان من خلال المطالبة في شروط التسليم التعاقدي، بتخزين البضائع في مخزن عام وبيعها، بنفسه أو من خلال عميله من خلال اعتماد التوكيل والاحتفاظ بالإيصال كضمان للدفع .
- يجب أن يولد سعر بيع البضائع من قبل البائع نيابة عن البنك هامشا صافيا (بعد خصم العمولات والتكاليف الأخرى) يساوي على الأقل لما هو محدد في سياسته التمويلية.

ث- أهمية صيغة بيع السلم :

- إذا كانت المشاركة والمضاربة والمربحة تسمح للبنوك الإسلامية تلبية واسعة لاحتياجات العملاء في مجال تمويل دورات الإنشاء والاستثمار والاستغلال، هذه وحدها تبقى غير كافية لتغطية جميع هذه الاحتياجات، نفس الشيء في احتياجات تمويل رأس المال وبعض تكاليف الاستغلال مثل الرواتب والضرائب و الرسوم والحقوق الجمركية ... إلخ، و تتطلب هذه الاحتياجات في الكثير من الأحيان مساهمة نقدية مباشرة، وبالتالي يتطلب أسلوب تمويل أكثر ملائمة من المربحة، الذي يجب أن يترجم بالضرورة ولأسباب المطابقة مع الشريعة الإسلامية شراء السلع المخزنة وإعادة بيعها من قبل البنك نفسه.
- يسمح ببيع السلم للبنك بتقديم الأموال مباشرة للعميل مقابل شراء السلع و منحه مهلة لتسليم السلعة المشتراة، علاوة على ذلك فإن الوكالة تسمح للعميل التعامل مع زبائنه بصفة عادية شريطة أن يقوم بهذا العمل لحساب البنك في حدود قيمة السلع المشتريّة من قبل البنك في إطار عقد السلم.

- مقارنة بالمشاركة التي تتكيف مع دورة طويلة، يتميز السلم بأقل خطر لدرجة أن حق البنك (أو ما يعادله) يشكل كما في المربحة دين تجاري ثابت على العميل (البائع)، ولذلك يبدو أن هذا النوع من التمويل يوفر فرصا و مرونة أكبر في تدخل البنك مع احترام مبادئ الشريعة الإسلامية السمحاء.

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- السلم هو وسيلة مثلى لتمويل بعض النشاطات الاقتصادية مثل الفلاحة والحرف والتصدير والاستيراد والتعاونيات الشبابية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى قطاع التوزيع.

- كما يمكن أن يكون بيع السلم صيغة بديلة لتطبيقات الخصم التجاري، تأخذ الأوراق التجارية أو القيم المحتفظ بها من قبل العميل على سبيل ضمان التمويل في شكل السلم الذي سيمنح للعميل.

- بالمقارنة مع الممارسات المصرفية التقليدية، يمكن للسلم أن يحل محل التمويلات القصيرة المدى مثل تسهيلات الصندوق والسحب على المكشوف والقروض الموسمية و التسبيقات على السلع.

ج- شروط مطابقة بيع السلم للشريعة الإسلامية:

يخضع لعدة شروط حددها بنك البركة أبرزها:

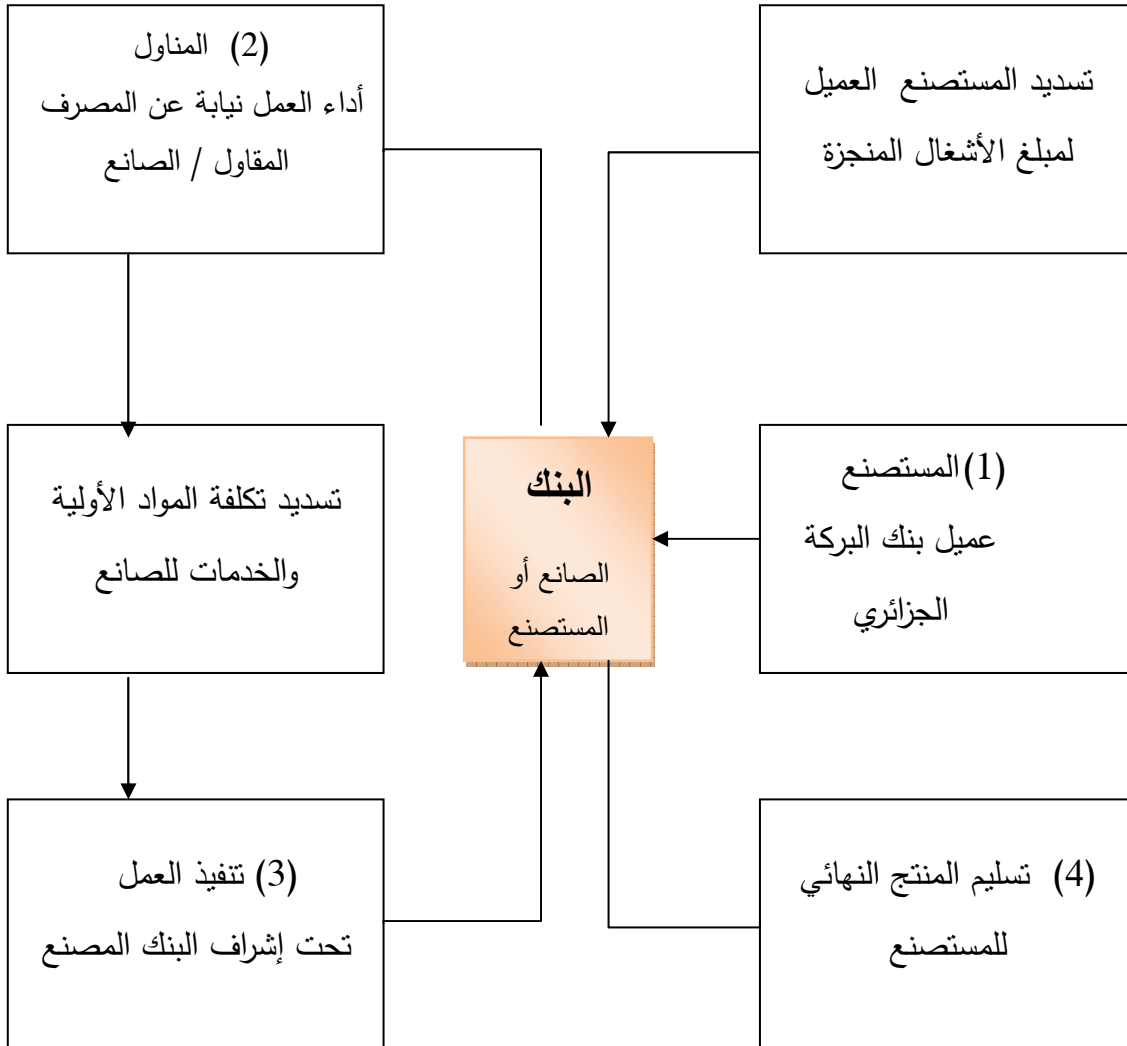
- يجب أن تكون السلع موضوع العقد معروفة (بطبعتها، نوعيتها)، و كمياتها (بالحجم والوزن)، ومحسوبة (بالنقد أو بما يعادله في حالة المقايضة).
- يجب أن يكون أجل تسليم السلع من قبل البائع معروف في العقد لدى الطرفين.
- يجب أن يكون سعر (أو ما يعادله) السلع محددًا في العقد أو أن يكون معروفًا لدى الطرفين ومسدد من قبل المشتري (البنك) نقداً.
- يجب أن يكون مكان التسليم محددًا و معروف لدى الطرفين.
- يمكن للمشتري أن يطالب البائع بكفالة لضمان تسليم السلع عند الاستحقاق أو أية ضمانات شخصية أو عينية أخرى.
- يمكن للمشتري أو يوكل البائع لبيع و/أو تسليم السلع عند الاستحقاق لشخص آخر مع أخذ عمولة أو يدونها. وعليه يصبح البائع مدينا تجاه المشتري بتحصيل قيمة المبلغ.
- لا يمكن للمشتري أن يبيع السلع قبل تسليمها من قبل البائع، غير أنه يسمح بذلك عن طريق سلم موازي¹.

¹ موقع بنك البركة : www.albaraka-bank.dz تاريخ الاطلاع : 06-10-2021.

4- التمويل عن طريق الاستصناع :

نوضحه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (47): صيغة التمويل بالاستصناع .



المصدر: موقع بنك البركة www.albaraka-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06 - 10 - 2021.

أ- تعريف الاستصناع:

الاستصناع هو عقد مقاوله الذي من خلاله يطلب الطرف الأول (المستصنع) من الطرف الثاني و يسمى (الصانع) بصنع أو بناء مشروع يضاف إليه ربح يدفع مسبقا بصفة مجزأة أو لأجل، و

- دراسة بنكي البركة و السلام-

يتعلق الأمر بصيغة تشبه عقد السلم مع الفرق أن موضوع الصفقة هو التسليم وليس شراء سلع على حالها، ولكن مواد مصنعة تم إخضاعها لعدة مراحل لتحويلها.

ب- أهمية صيغة الاستصناع:

الاستصناع هو صيغة تسمح للبنك الاسلامي المساهمة في أشغال البناء والتركيب والانتها من الأعمال الكبرى، كما أنه يساعد على تمويل بناء منشآت الإنتاج والنقل والاستهلاك بناء على طلب المستخدمين و/أو البائعين.

و يوفر حلا بديلا يتوافق مع تعاليم الإسلام إلى تقنية التسبيقات على الصفقات العمومية بموجب أسلوب الاستصناع المزدوج المذكور أعلاه.

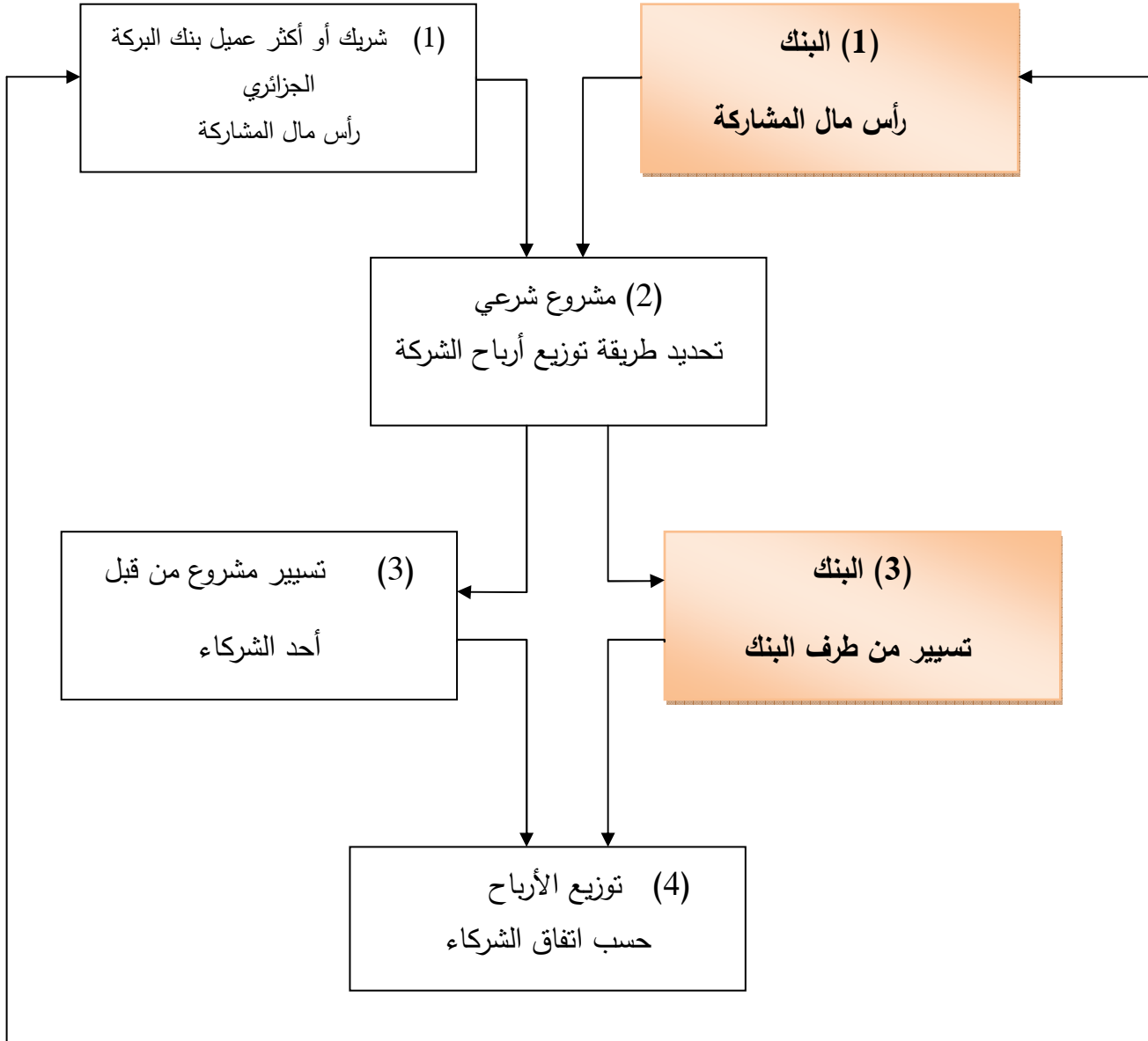
ت- شروط مطابقة صيغة الاستصناع للشرعية الإسلامية :

تخضع هذه الصيغة للشروط الآتية الذكر:

- يبرر هامش ربح البنك في إطار عملية الاستصناع بالتدخل بصفته مقاول مسؤول عن انجاز أشغال متعلقة بتجسيد المشروع موضوع العقد، ويكون هذا التدخل إما مباشرة أو تكليف مقاول آخر.
- يجب أن يتم الاستصناع على عمل تحويل مادة، منتوجات نصف مصنعة أو مكونات منتوجات صافية قابلة للاستعمال.
- يجب أن تكون المواد ممولة أو قام بجلبها الصانع (المقاول).
- يمكن للصانع أن يكلف شخص آخر للانجاز، كل أو جزء من المشروع.
- في حالة عدم مطابقة المشروع المنجز، يمكن للمستصنع أن يرفض الاستلام ويفسخ العقد على حساب الصانع .
- يصبح المستصنع مالكا للمشروع عند توقيع العقد.
- يجب تحديد مدة ومكان تسليم الشيء المصنوع في عقد الاستصناع.

5- التمويل عن طريق المشاركة :

الشكل رقم (48): صيغة التمويل بالمشاركة .



المصدر: موقع بنك البركة www.albaraka-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 06-10-2021.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

أ- تعريف المشاركة:

المشاركة هي مساهمة بين طرفين أو أكثر في رأس مال أو مؤسسة، مشروع أو عملية مع توزيع النتائج (خسارة أو ربح) حسب النسب المتفق عليها تتم هذه المساهمة أساسا على الثقة في مردودية المشروع .

المشاركة كما هي مطبقة في البنوك الإسلامية مثلها مثل بنك البركة، تتم في أغلب الأحيان في شكل تمويل المشاريع أو العمليات الظرفية المقترحة من طرف العملاء.

ب. أشكال صيغة المشاركة :

تتخذ صيغة المشاركة شكلين و هما:

- المشاركة النهائية :

يشارك البنك في تمويل مشروع بصفة دائمة ويقبض دوريا حصة من الأرباح بصفته مساهم لصاحب المشروع ويتعلق الأمر هنا بالنسبة للبنك في استخدام طويل أو متوسط المدى لموارده الدائمة (حقوق الملكية، ودائع استثمارية مخصصة وغير مخصصة ...)، يمكن أن تكون حصة البنك في شكل مساهمة في شركة موجودة، تمويل لرفع رأس مال أو المساهمة في تشكيل رأس مال شركة جديدة (شراء أو اكتتاب سندات أو حصص اجتماعية).

يطابق هذا النوع من المشاركة التطبيقات المصرفية التقليدية في الإيداعات الدائمة التي تقوم بها البنوك إما لمساعدة تشكيل مؤسسات أو لضمان مراقبة المؤسسات الموجودة، (و بهذا الخصوص بيع السلع على حالتها أو التصدير أو الاستيراد) وأخذ المساهمات، يمكن للمشاركة أن تأخذ شكل من أشكال التمويل المتوسط والطويل المدى بهذا الصدد، فهي تشكل طريقة التمويل الأنسب لاحتياجات دورات إنشاء وتطوير المؤسسات على حد سواء في إنشاء أو رفع إنشاء و/أو رفع رأس المال وفي شراء و/أو تجديد معدات الإنتاج أيضا فان المشاركة مطلوبة بكثرة من قبل المطورين لإنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة في شكل شركات لمختلف الأشكال (شركة مساهمة، شركة

- دراسة بنكي البركة و السلام-

ذات مسؤولية محدودة، شركة تضامن...) بالنسبة لمتعاملين الاقتصاديين (الشركاء) فان مبدأ تقاسم المخاطر يجعل من المشاركة مصدر تمويل جذاب. إن ربح البنك هو بعيد أن يكون تكلفة مالية ثابتة، بل هو مساهمة متغيرة مرتبطة مباشرة بنتيجة الاستغلال، في حال وقوع خسارة، فانه لا يمكن للبنك المطالبة بأي تعويض، ولكن يجب أن يتحمل نصيبه من الخسارة بصفته شريك، وهذا يدل على أهمية دراسة المخاطر و الربحية للعمليات والمشاريع المقترحة لهذا النوع من التمويل.

- المشاركة المتناقصة:

يساهم البنك في تمويل مشروع أو عملية بنية التنازل تدريجيا عن المشروع أو العملية وهذا بعد انسحاب صاحب المشروع الذي يسدد للبنك حصته من الأرباح العائدة له كما يمكنه تخصيص كل أو جزء من حصته لتسديد حصة رأس مال البنك.

وبعد أن يسترجع البنك رأس ماله والأرباح العائدة له ينسحب من المشروع أو العملية، تشبه هذه الصيغة المساهمات الظرفية في البنوك التقليدية.

ب- أهمية صيغة المشاركة:

يقدم تمويل المشاركة بسبب مرونته وطبيعته المساهماتية العديد من المزايا سواء للبنوك الإسلامية أو المتعاملين الاقتصاديين:

- بالنسبة للبنوك الإسلامية :

تمنح هذه الصيغة إمكانية توظيف الموارد على المدى المتوسط الطويل، ويمكن أن يكون نوع من المصدر داخل منتظم ومستمر لتمكينها من توفير نسبة أرباح مثيرة للاهتمام للمساهمين والمودعين، و بالاضافة إلى التمويل الظرفي للعملية التجارية قصيرة المدى .

- بالنسبة للمتعاملين الاقتصاديين:

تسمح هذه الصيغة للبنوك الإسلامية من منح أصحاب الصفقات العمومية (أو غيرها)، تسبيقات على الصفقات مع تقاسم هامش الربح الناتج على تكلفة الانجاز، تتم عملية الدفع على أساس وضعيات الانجاز مع الاستناد على كل الوثائق المثبتة، ويتم الاقتطاع من التسديدات المنجزة من

- دراسة بنكي البركة و السلام -

قبل صاحب المشروع عن طريق المحاسب المكلف بالدفع، طبقا لأحكام عقد الرهن الحيازي للصفقة والواجب تحصيله في مثل هذه العمليات، غير أنه من الضروري أن تأخذ في الاعتبار متطلبات الشريعة الإسلامية في هذا المجال.

تتطلب أيضا التمويلات الممنوحة في شكل مشاركة الاحتياجات التمويلية للوحدات الصغيرة من قطاع الحرف، السياحة والمطاعم وغيرها من أنواع الأنشطة التي بالرغم من ضعفها من حيث الضمانات والموارد المالية فإنها بالمقابل تمثل مصلحة ثقافية مضمونة، تستفيد هذه القطاعات الكثير من الامتيازات الضريبية.

وشجعت بعض البلدان التي لها تقاليد قديمة في المجال المصرفي، إنشاء بنوك متخصصة في تمويل مثل هذه الأنشطة وتعمل بطريقة تشاركية (البنوك الشعبية).

ت - شروط مطابقة صيغة المشاركة للشريعة الإسلامية:

و التي يعتمد عليها بنك البركة ونلخص جملة الشروط التالية:

- يجب أن تكون حصة الطرفين موجودة عند انجاز العملية موضوع العقد. غير أنه تسمح الشريعة الإسلامية المشاركة في العمليات المستفيدة من تأجيلات في التسديد شرط أن يلتزم أحد الطرفين في تقديم جزء من الالتزام اتجاه المورد تتمثل حصة البنك في هذه المشاركة أساسا في إصدار ضمان مصرفي (اعتماد مستندي، خطاب ضمان، كفالة على صفقة عمومية....).

- يجب على الطرفين قبول مبدأ المشاركة في أرباح وخسارة المؤسسة الممولة، تعتبر كل اتفاقية يضمن من خلالها أحد الطرفين استرجاع أمواله بغض النظر عن نتائج العملية باطلة وعديمة الأثر، وعليه فإنه لا يحق للبنك المطالبة بتسديد حصته إلا في حالة خرق مشاركة أحد بنود عقد مشاركة، اللامبالاة في تسير العملية وفي حالات سوء النية، الإخفاء، خيانة الثقة، وكل المخالفات المشابهة. - يمكن للبنك مطالبة شريكه بتقديم ضمانات، ولكن لا يمكن التنفيذ عليها إلا في حالة ثبوت المخالفات السابقة الذكر.

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- يجب تحديد معيار توزيع الأرباح مسبقا عند التوقيع على العقد لتفادي كل النزاعات. إذا كانت حصة كل طرف في الأرباح قابلة للتفاوض الحر، فإن توزيع الخسارة محتملة تكون بنفس نسب توزيع الأرباح طبقا لقواعد المشاركة.

- لا يمكن أن تتم عملية توزيع النتائج إلا بعد الانجاز الفعلي للأرباح. ويمكن اقتطاع تسبيقات باتفاق الطرفين شرط تسويتها عند اختتام المشاركة أو السنة المالية وذلك بحسب الحالة.

- يجب أن تكون الخدمات والأشياء موضوع المشاركة شرعية ومطابقة لتعاليم الإسلام¹.

المطلب الثالث: النشاط التمويلي لبنك البركة و مؤشرات

تتنوع الخدمات المقدمة من نشاط إلى آخر داخل المجموعة و فروعها، وتصب جميعها في هدف واحد خدمة و إرضاء العميل وكسب ثقته، ومن خلال هذا العنصر سوف نتطرق لمختلف الأنشطة التمويلية والخدمات المقدمة من طرف بنك البركة في الجزائر إضافة لمؤشرات.

أولا: النشاط التمويلي لبنك البركة:

يقدم بنك البركة مجموعة هامة من الخدمات المالية الإسلامية، تصنف إلى نشاط مصرفي، اقتصادي (استثمار، تمويل، قروض، تجارة...) واجتماعي.

1. مجال الخدمات المصرفية:

يمارس البنك كافة أوجه النشاط البنكي المعروفة أو المستخدمة بما يمكن البنك من القيام بها في إطار التزاماته بحيث²:

- تمنح في بعض فروع المجموعة تسهيلات، سيارة البركة، بيت البركة و نلاحظ هنا أن الخدمات المصرفية التي تمنحها المجموعة تمول في مجملها العمليات التجارية الصغيرة والكبيرة، بمختلف

¹ موقع بنك البركة : www.albaraka-bank.com/dz تاريخ الاطلاع : 2021/10/06.

² ابراهيم تومي، كيف معايير السلامة في المصارف الإسلامية في ظل مقررات لجنة بازل الدولية -دراسة حالة مجموعة بنك البركة الاسلامي، أطروحة دكتوراه تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017-2018 ، ص 251.

- دراسة بنكي البركة و السلام-

أنواعها، الأمر الذي يدل على أنها تركز نشاطها المصرفي على فئة معينة توليها الاهتمام الكامل دون تداخلها مع غيرها من الفئات، مما يثبت نجاح المجموعة في تحديد أولويتها وتصنيف نشاطاتها المختلفة.

- قبول الودائع النقدية وفتح الحسابات الجارية وحسابات الإيداع المختلفة وتأدية قيم الشيكات المسحوبة وتقاضيها عمولات وتحصيلها للأوراق التجارية.

- تحويل الأموال في الداخل والخارج وفتح الاعتماد المستندي و تبليغه.

-إصدار الكفالات المصرفية و خطابات الضمان و كتب الاعتماد الشخصي وبطاقات الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية.

- التعامل بالعملات الأجنبية في البيع والشراء على أساس السعر المتبادل بدون فائدة، توفير العملات الأجنبية حسب الحاجة.

- إدارة الممتلكات وغير ذلك من الموجودات القابلة للإدارة المصرفية على أساس الوكالة بالأجر.

- القيام بدور الوصي المختار لإدارة الشركات وتنفيذ الوصايا وفق الأحكام الشرعية والقوانين الوضعية بالتعاون مع الجهات المختصة.

- القيام بالدراسات خاصة لحساب المتعاملين مع البنك وتقديم المعلومات والاستثمارات

2. مجال الخدمات الاجتماعية :

تسعى مجموعة البركة لرعاية وتعهد المشاريع الاجتماعية والثقافية التعليمية وتحسين الظروف المعيشية ونوعية الحياة للمحتاجين في المجتمعات التي تشكل المجموعة جزءا منها، وتقوم بذلك من خلال فروعها المنتشرة في ولايات الوطن، بالأنشطة الاجتماعية والتكافلية التالية:

- تقديم القروض الحسنة حسب الغايات الإنتاجية في مختلف المجالات المساعدة على تمكين المستفيد من القرض بدئ مشروع وتحسين مستواه المعيشي.

- دراسة بنكي البركة و السلام-

- تقديم القروض للموظفين ولمحدودي الدخل للاستفادة من: بيت البركة، سيارة البركة، إعادة تهيئة المنازل، توسيع المنزل... الخ .

- إنشاء وإدارة الصناديق المختلفة الأهداف الاجتماعية وأية أعمال أخرى.
وفي هذا الإطار أبرم بنك البركة اتفاقية تعاون مع وزارة الشؤون الدينية والأوقاف لتمويل المشاريع المصغرة، استثمار أموال صندوق الزكاة، بصيغة القرض الحسن خلال الفترة 2004-2014 وهذا يوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (34): تمويل المشاريع المصغرة بالقرض الحسن

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2014
عدد المستفيدين من القروض الممنوحة	256	466	1147	1147	800	1200	1030

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على التقرير السنوي لبنك البركة الجزائري لسنة 2015.

نجد أن السنوات [2009-2014] هو تاريخ تجميد العمل بالقرض الحسن لمدة 5 سنوات واسترجاع الأموال المودعة لدى بنك البركة، هناك تزايد عدد المستفيدين من تمويل بنك البركة عن طريق القرض الحسن إذ بلغ 2007 عددهم 1147 مستفيد بزيادة مقدرة بـ 44.8% عن العام الذي انطلق فيه القرض الحسن أين كان يقدر العدد بـ 256 مستفيد فقط ويحافظ على عدد يفوق 1000 مستفيد أعوام 2009 و 2014 وهم رغم أنه رقم صغير إلا أنه يظهر الأثر التنموي المستدام الذي يمكن أن لعبه هذا النوع من التمويلات الاجتماعية و التكافلية.

3. مجال التمويل والاستثمار:

نقسمه إلى:

أ- في مجال التمويل:

يقوم بنك البركة الجزائري بتمويل مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة وكذلك الأفراد من صناعيين، مقاولين وغيرهم وذلك بحسب احتياجاتهم المالية، ويقدم لهم كذلك الإرشادات والنصائح التي تلزمهم و المأخوذة من خبرته في المجالات الاستثمارية المختلفة.

ب- في مجال الاستثمار:

يقوم بنك البركة بإعطاء فرصة لاستثمار أموال عملائه في مشاريع معينة ويقوم بتحقيق هذه المشاريع مقابل الحصول على أرباح، تختلف صيغ البنك التي يستعملها وهي كلها تتشارك في كونها تعتمد على طرق إسلامية ومنها التمويل بالمrabحة، الاستصناع، الإجارة، السلم، مساومة، مشاركة، القرض الحسن.

الوحدة (ألف دينار جزائري)

الجدول رقم (35) : تطور حجم التمويل الاسلامي للصيغ المطبقة ببنك البركة خلال الفترة (2014-2018)

السنوات	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
الإجارة	32949.33	39.91	47100.7	48.02	56855.14	50.64	65431.66	46.24	72793	45.79
المساومة	32836.36	39.78	36024.63	36.72	31776.22	28.3	32816.94	23.19	33058.85	20.79
المرابحة	4056.81	4.91	3908.08	3.98	9816.47	8.74	21169.64	14.96	28793.24	18.11
السلم	9692.98	11.74	8512.93	8.68	11247.67	10.02	12168.56	8.6	16377.48	10.3
المشاركة	76.64	0.09	214.87	0.22	92877	0.83	820.77	0.58	1696.22	1.07
الاستصناع	764.26	0.93	704.88	0.72	804.36	0.72	997.3	0.7	1083.53	0.68
القرض الحسن	3.35	0.01	289.32	0.29	277.56	0.25	247.67	0.18	223.16	0.14
تمويلات أخرى	2169.47	2.63	1339.08	1.37	574.94	0.51	7857.28	5.55	4963.24	3.12
المجموع	82549.2	100	98094.5	100	112281.1	100	141509.8	100	158988.7	100

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

هناك تزايد مستمر لمجموع التمويلات لمختلف الصيغ لبنك البركة الجزائري حيث ارتفعت من 82549200 دج سنة 2014 إلى 158988700 دج سنة 2018 بنسبة زيادة مقدرة بـ 192.6 % خلال 5 سنوات وهو ما يؤكد توسع نشاط البنك وقدرته على تمويل مختلف الفاعلين الاقتصاديين، كما يؤكد ثقة العملاء في البنك والطلب الكبير على التمويل الإسلامي في الجزائر، واعتماده بشكل كبير على التمويل بالإجارة كما سبق وشرحنا ما تقدمه من مميزات بالإضافة إلى ما سبق فإن البنك يقوم بما يلزم لتحقيق أهدافه المسيطرة وتتمثل في¹:

- إبرام العقود والاتفاقيات مع الأفراد والمؤسسات المحلية والأجنبية.
- تأسيس الشركات في مختلف المجالات لاسيما المجالات المكملة لتوجهات نشاط البنك.
- امتلاك الأصول المنقولة، وغير المنقولة، وبيعها واستثمارها وتأجيرها واستثمارها بما في ذلك استصلاح الأراضي المملوكة أو المستأجرة وتنظيمها للزراعة أو الصناعة وغيرها.
- تلقي الزكاة وقبول الهبات والتبرعات والإشراف على إنفاقها في المجالات الاجتماعية المخصصة لها و بحسب الأهداف.
- الانضمام للاتحادات سواء الإقليمية أو الدولية، خاصة تلك الرامية إلى توطيد العلاقات مع البنوك الإسلامية .

ثانيا: أهم مؤشرات النشاط لبنك البركة :

من أهم مؤشرات نشاط لبنك البركة بحسب تقرير البركة 2019 نجد:

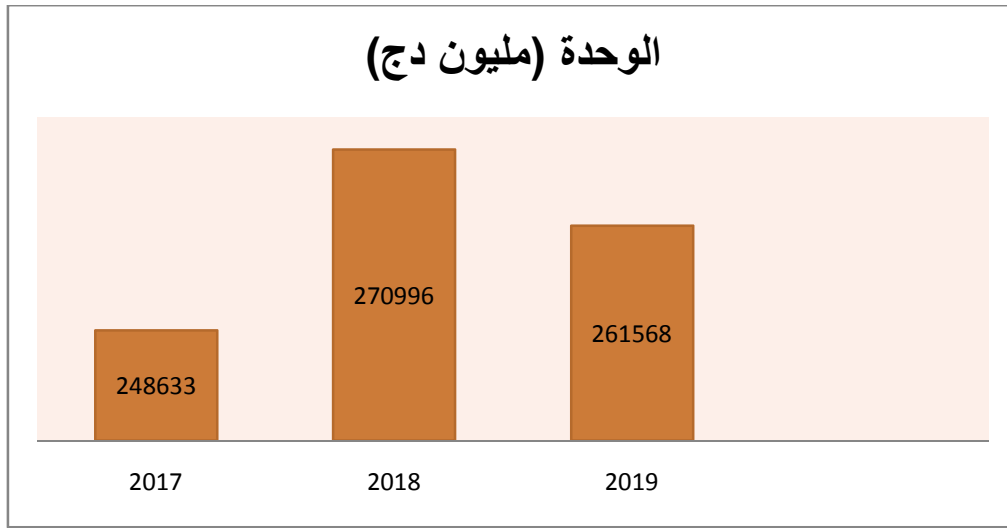
1. مجموع الميزانية :

تقدر بـ 261568 مليون دج عن نهاية 2019 مسجلة بذلك انخفاض قدره 9428 مليون دج أي بنسبة -4 % مقارنة بالنسبة المالية 2018 و +5.20 % مقارنة بالنسبة المالية 2017.

¹ ابراهيم تومي، تكيف معايير السلامة في المصارف الإسلامية في ظل مقررات لجنة بازل الدولية -دراسة حالة مجموعة بنك البركة الاسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 254، ص255.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

الشكل رقم (49): مجموع الميزانية.

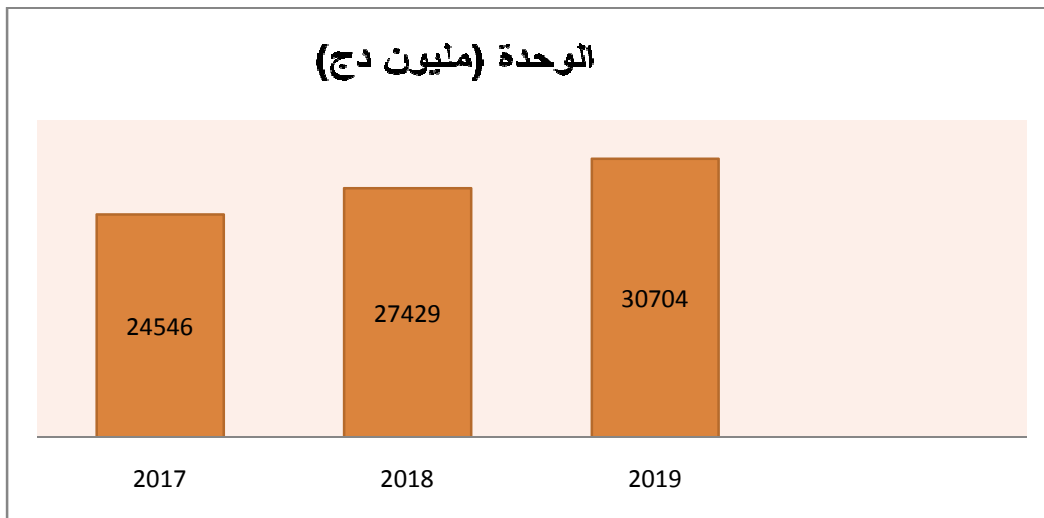


المصدر : التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019.

2. حقوق الملكية :

يقدر مجموع حقوق الملكية بـ 30704 مليون دج لسنة 2019 مقابل 27429 مليون دج بالنسبة لسنة 2018 أي زيادة تقدر بـ 3275 مليون دج حيث تمثل النسبة +12 % و 6158 مليون دج أي بنسبة +25.9 % مقارنة بالسنة المالية 2017.

الشكل رقم (50) : حقوق الملكية.



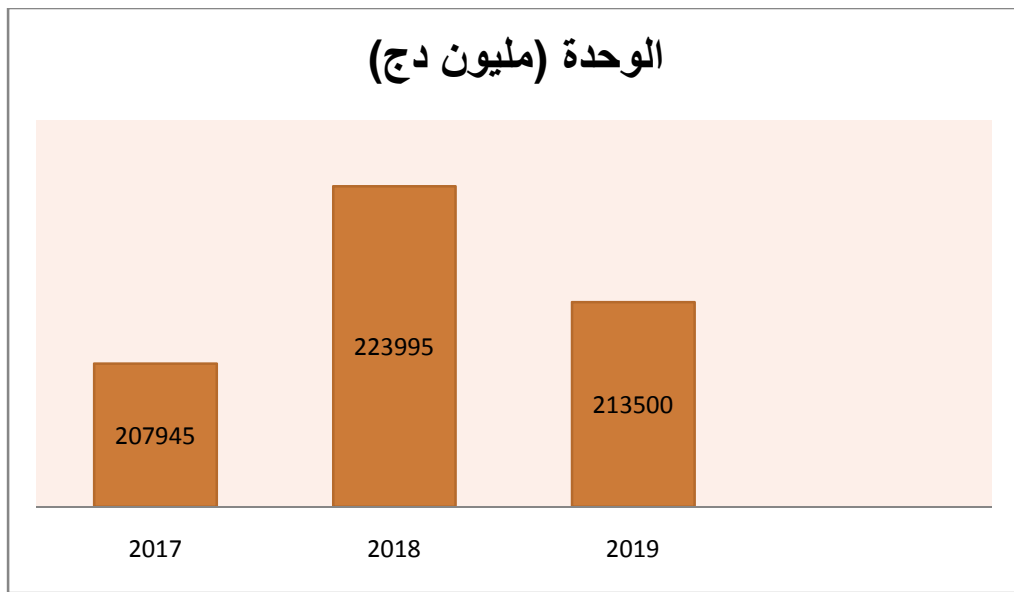
المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019

- دراسة بنكي البركة و السلام -

3. الودائع:

بلغت موارد الزبائن لسنة 2019 في شكل حسابات تحت الطلب وحسابات الادخار والودائع لأجل 213500 مليون دج مسجلة بذلك انخفاض قدره 10495 مليون دج أي بنسبة - 4.69 % مقارنة بالسنة المالية 2018 و+2.67 % مقارنة بالسنة المالية 2017.

الشكل رقم (51) : ودايع بنك البركة.



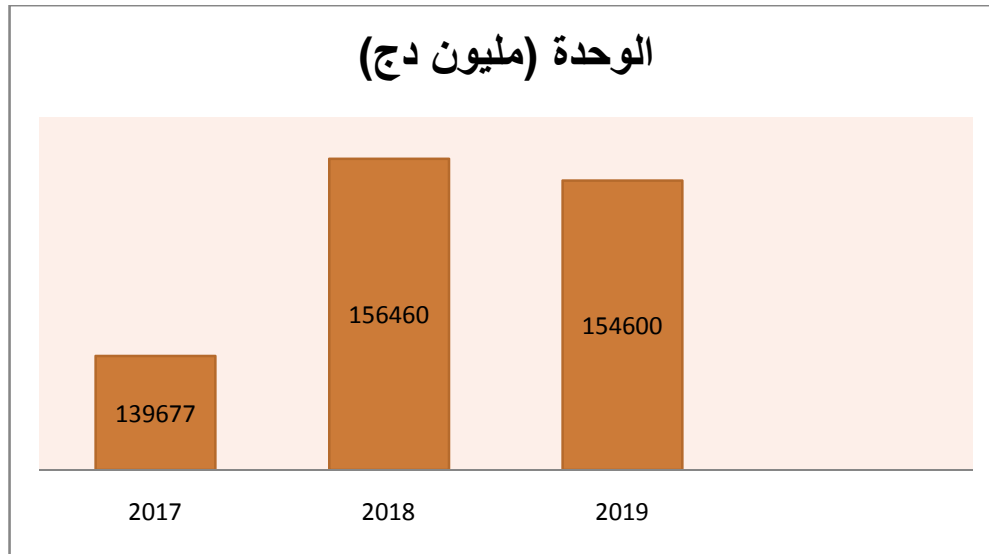
المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019

4. التمويلات:

انخفض رصيد التمويلات الممنوحة للزبائن لسنة 2019 بمبلغ 1860 مليون دج أي بنسبة - 1 % مقارنة مع السنة المالية الفارطة لتستقر في حدود 154600 مليون دج نهاية سنة 2019 مسجلة زيادة قدرها 14923 مليون دج أي بنسبة+10.68 % مقارنة بالسنة المالية 2017.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

الشكل رقم (52) : تمويلات الزبائن ببنك البركة.

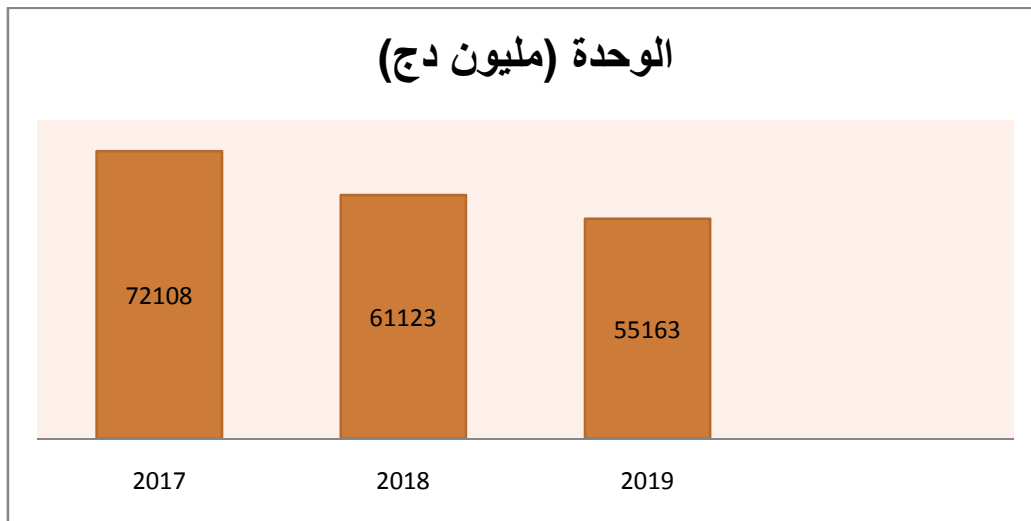


المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019

5. خارج الميزانية:

قدرت التمويلات خارج الميزانية لسنة 2019 بـ 55163 مليون دج مقابل 61123 مليون دج بالنسبة لسنة 2018 أي انخفض بـ 5960 مليون دج بنسبة -11 % و -23.50 % مقارنة بالسنة المالية 2017.

الشكل رقم (53) : تمويلات خارج الميزانية ببنك البركة.



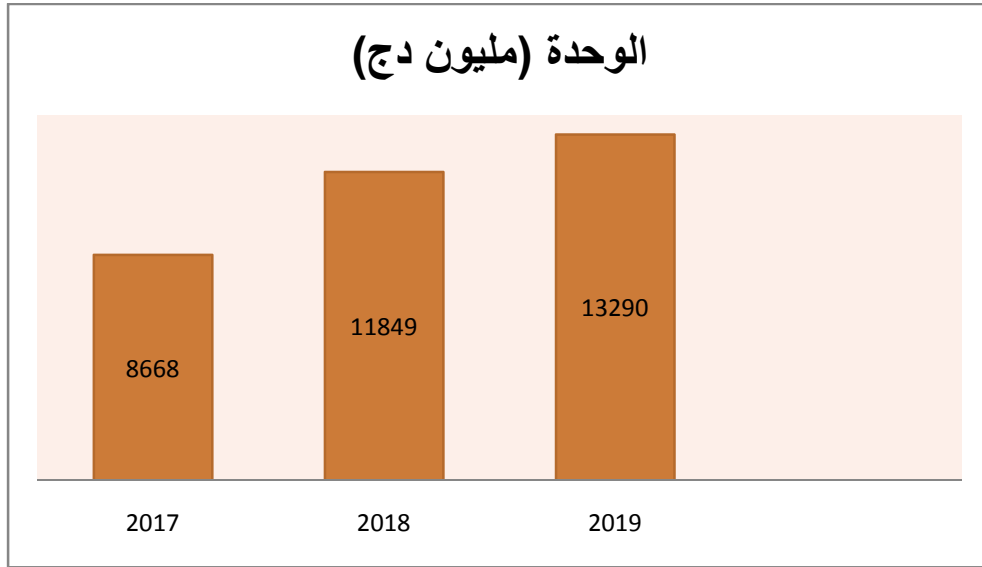
المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019

- دراسة بنكي البركة و السلام -

6. الإيراد المصرفي الصافي :

قدر ب 13290 مليون دج لسنة 2019، مقابل 11849 مليون دج بالنسبة لسنة 2018، أي بنسبة +11 % و 8668 مليون دج بالنسبة لسنة 2017 أي زيادة قدرها 4622 مليون دج أي بنسبة +53.32 % مقارنة بالسنة المالية 2017.

الشكل رقم (54) : الإيراد المصرفي الصافي ببنك البركة .

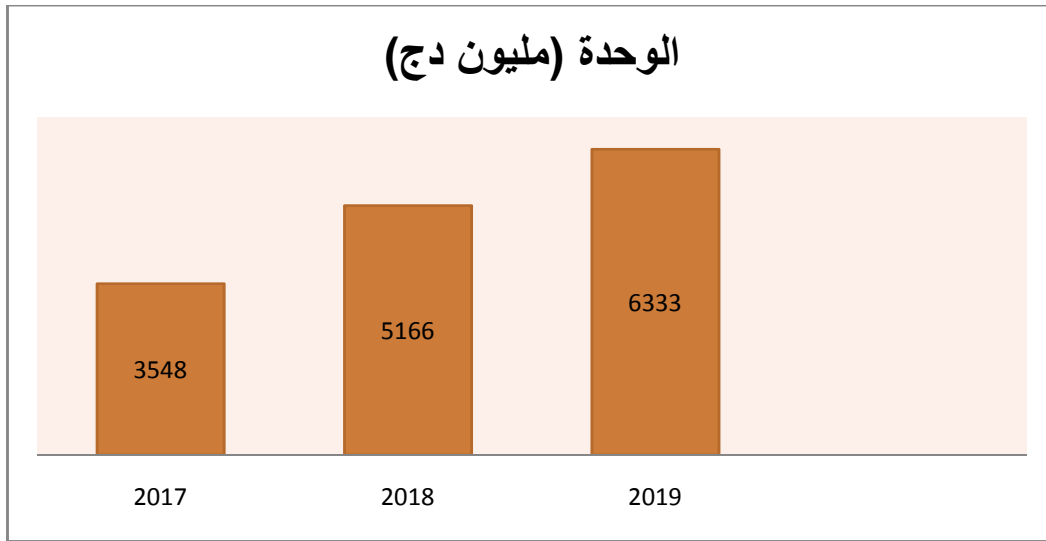


المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019

7. نتيجة السنة المالية :

قدّرت نتيجة السنة المالية 2019 بـ 6333 مليون دج، مقابل 5166 مليون دج بالنسبة لسنة 2018 و 3548 مليون دج سنة 2017 مسجلة بذلك زيادة قدرها بـ 2785 مليون دج خلال السنوات الثلاث الأخيرة أي بنسبة 78.49 % .

الشكل رقم (55) : نتيجة السنة المالية لبنك البركة.



المصدر: التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019.

نخلص من خلال هذا المطلب أن بنك البركة يوفر منتجات تمويلية مختلفة، وقد كان النموذج الأمثل للصيرفة الإسلامية بالجزائر خلال العشرين سنة الماضية، وعمل على تمويل مشاريع عديدة، وواجه في نفس الوقت تحديات ومشاكل العمل المصرفي الإسلامي وصعوبة التكيف مع المنتجات التمويلية المقدمة، غير أنه واصل قدما نحو فرض مكانته في السوق المصرفية، وفي فتح فروع عديدة عبر ولايات الوطن بمجموع 31 فرع وأخرى قيد الافتتاح مما يعزز مجال التمويل الإسلامي .

المبحث الثالث: بنك السلام الجزائر

بنك السلام الجزائر متعدد المهام و الخدمات يعمل طبقا للقوانين الجزائرية، وفق لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته، تم اعتماد البنك من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008، ليبدأ نشاطه من خلال تقديم خدمات المصرفية المبتكرة، برأس مال 7.2 مليار دينار جزائري ويعتبر ثاني بنك إسلامي ينشط في السوق المصرفية الجزائرية بعد بنك البركة.

إن بنك السلام الجزائر يعمل وفق إستراتيجية واضحة تتماشى ومتطلبات التنمية الاقتصادية و يخدم جميع المرافق الحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تتبع من المبادئ و

- دراسة بنكي البركة و السلام -

القيم الأصلية الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق و المتعاملين و المستثمرين، وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العملاء في الشريعة و الاقتصاد.

تتكون شبكة فروع بنك السلام الجزائر حاليا من 23 فرع منتشرا عبر مختلف ولايات الوطن في انتظار افتتاح فروع أخرى انسجاما مع رؤية و إستراتيجية البنك التي تسعى إلى توفير وتقديم الخدمات المصرفية بمختلف الصيغ لمتعامليه و بأفضل الخدمات.

المطلب الأول: التعريف ببنك السلام

قام بنك السلام منذ نشأته بالجزائر بإنشاء 23 فرع من أجل تحقيق أهدافه في مجال الصيرفة الإسلامية .

أولا: فروع بنك السلام وهيكله التنظيمي:

وهي موزعة على المستوى الوطني على النحو التالي¹:

1. فروع الوسط: فرع دالي ابراهيم، فرع باب الزوار، فرع البليدة، فرع القبة، فرع حسيبية، فرع سيدي يحي، فرع سطاوالي، فرع العناصر .
2. فروع الشرق: فرع قسنطينة، فرع باتنة، فرع عنابة، فرع المسيلة، فرع بجاية، فرع عين مليلة، فرع قسنطينة، فرع سطيف، فرع برج بوعريرج .
3. فروع الغرب: فرع وهران، فرع العثمانية.
4. فروع الجنوب: فرع ورقلة، فرع أدرار، فرع بسكرة، فرع عين وسارة.

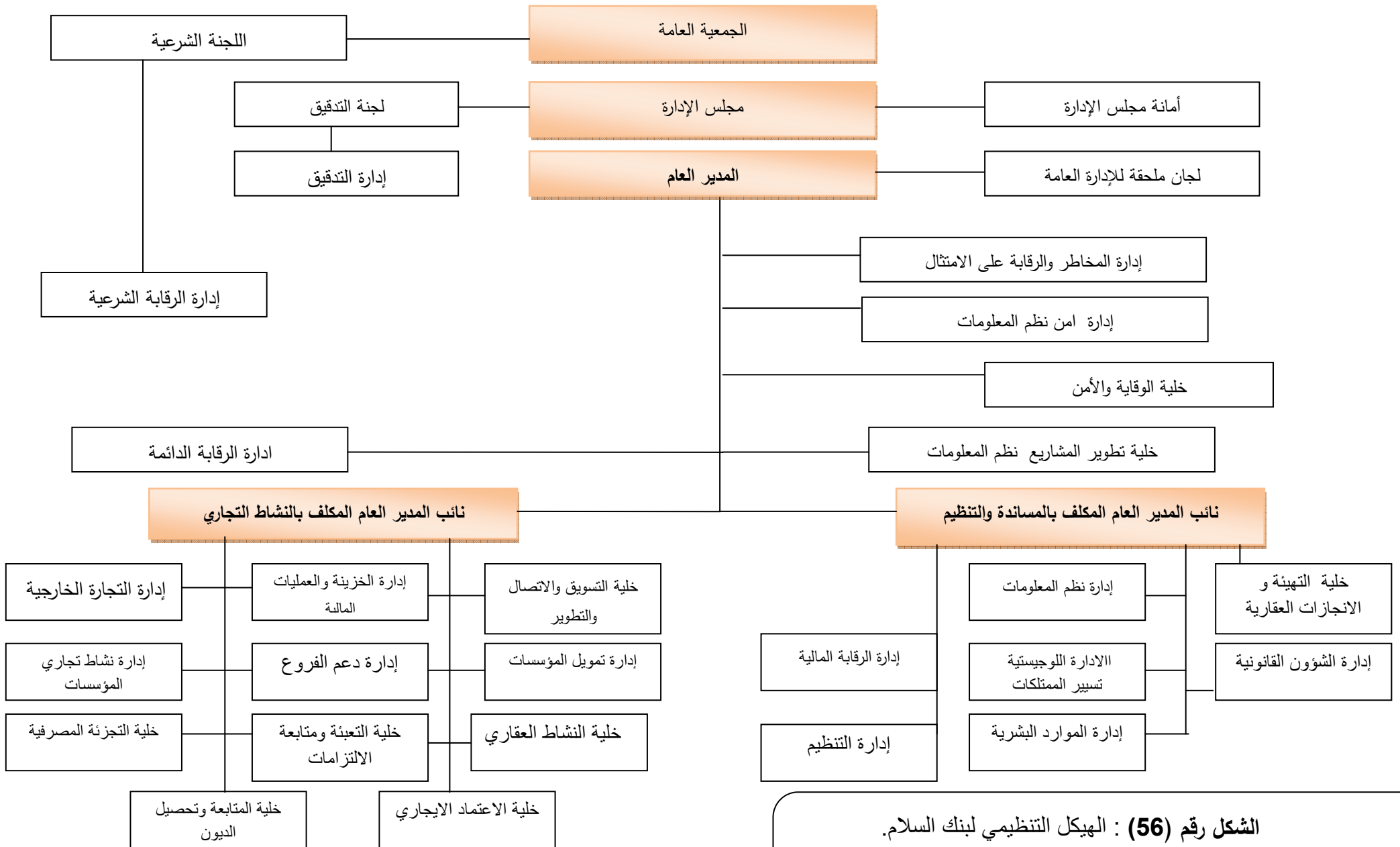
أما بالنسبة للهيكل التنظيمي لبنك السلام:

من خلال الهيكل التنظيمي لبنك السلام نجد أنه يسير من قبل المدير العام ونائبين له (نائب المدير العام المكلف بالمساندة والتنظيم، نائب المدير العام المكلف بالنشاط التجاري)، كما يضم مجلس الإدارة و لجنة التدقيق و اللجنة الشرعية التي تصدر تقارير شرعية و تعطي تقارير شرعية

¹ الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 2022-10-6

- دراسة بنكي البركة و السلام -

مترافقة و التقارير السنوية و التي تعد من أهم العناصر المكونة للبنك وذلك لمراقبة عمل البنك و مدى توافق نشاطه و أحكام الشريعة الإسلامية والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي لبنك السلام:



الشكل رقم (56) : الهيكل التنظيمي لبنك السلام.

المصدر: الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائري
<https://www.alsalamalgeria.com/>

ثانيا: أهداف بنك السلام الجزائري:

إن من ابرز الأهداف و الغايات التي سطرها بنك السلام الجزائري هي¹:

- الريادة في مجال الصيرفة الإسلامية، بتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة مطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية.
- الحرص على تحقيق أعلى نسبة من العوائد للعملاء و المساهمين على حد سواء.
- اعتماد رفع معايير الجودة في الأداء، لمواجهة التحديات المستقبلية في الأسواق المحلية و الإقليمية و العالمية.
- التوسع الجغرافي داخل القطر الجزائري وهذا من خلال استحداث فروع جديدة كل ولايات الوطن.
- يسعى المصرف إلى التميز عن المصارف الأخرى من خلال ترسيخ التميز كثقافة جماعية و فردية داخل المصرف.

يسعى بنك السلام الجزائري إلى تحقيق الأهداف المسطرة وهذا عن طريق الالتزام داخل وخارج المصرف وهو الشعور بالمسؤولية، و العمل على الاستجابة لكافة الحاجيات المطلوبة، و المنتظرة من قبل متعامليه. و العمل وفق إستراتيجية واضحة يهدف من خلالها إلى حدوث تنمية اقتصادية و اجتماعية في الجزائر.

ثالثا: الصيغ التمويلية في بنك السلام الجزائري

يحرص بنك السلام الجزائري ، على تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في تعاملاته لذلك فقد تبنى عدة صيغ في تمويل خدماته المقدمة، و الموافقة لأحكام الشريعة الإسلامية وهذا بإشراف

¹ الموقع الإلكتروني لمصرف السلام الجزائري <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع :

لجنة إفتاء معتمدة لدى البنك وتتمثل هذه الصيغ في¹:

1. المراجعة:

وهي أكثر الصيغ استخداما، بحيث يقوم البنك بشراء أصول منقولة أو غير منقولة بمواصفات محددة بناء على طلب ووعد المتعامل بالشراء ثم إعادة بيعها مربحة بعد تملكها وقبضها بثمن التكلفة مضافا إليها هامش ربح موعود من المتعامل.

ويمكن أن تقدم مثال على ذلك:

السلام تيسير لاقتناء سيارة: نجد أن هذه الصيغة معتمدة من الهيئة الشرعية للبنك و يشترط فيها أن لا تتعدى المستحقات الشهرية 30% من الدخل الشهري للفرد و يتم التقسيط و بسداد يمتد من 12 إلى 30 شهرا مع هامش ضمان جدية يبدأ من 20% من سعر السيارة.

2. المضاربة:

هي عقد شركة في الربح بمال من احد الطرفين وعمل من الآخر وهي عقد مشروع بضم التعاون الاستثماري بين رأس المال من جهة و العمل من جهة أخرى، بحيث يكون الربح الناتج عنها مشتركا ومشاعا بين طرفيها وفق ما يتفقان عليه، وكمثال على المضاربة لدى بنك السلام الجزائر نجد:

- حسابات الاستثمار "استثماري":

هو حساب محدد المدة يدر لصاحبه أرباحا حسب مدة الاستثمار و المبلغ المستثمر، يتم توزيع الأرباح فيه وفق للشروط المصرفية السارية لدى البنك.

ومن خصائص حسابات الاستثمار أن مدة الاستثمار تكون من (3 إلى 60 شهرا فأكثر) و المبلغ الأدنى المستثمر 100 ألف دج ويقوم البنك باستثمار الأموال في مشاريع مدروسة بدقة

¹ الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر [/https://www.alsalamalgeria.com](https://www.alsalamalgeria.com)

ثم يتم اقتسام الأرباح المحققة كل 3 أشهر، تقاسم الأرباح لدى بنك السلام يكون (من 35% إلى 95%) من الأرباح المحققة بحسب الاتفاق.

3. صيغة الإجارة:

و هي تمثل نسبة لا بأس بها من التمويل لدى بنك السلام الجزائر وتستخدم من خلال تملك منفعة مشروعة معلومة لمدة معلومة لمشروع معلوم، ويقدم بنك السلام الجزائر أنواع مختلفة من صيغة الإجارة منها:

دار السلام لامتلاك منزل و الذي تصل قيمته تمويله إلى 60 مليون دينار جزائري، وبفترة سداد تمتد من 5 إلى 25 سنة، و دار السلام لبناء أو توسيع منزل و قد يصل تمويله إلى 25 مليون دينار جزائري، و بفترة سداد تمتد من 5 إلى 25 سنة توجد كذلك إجارة دار السلام لتهيئة منزل بتمويل يغطي 100% من قيمة أشغال التهيئة تصل قيمته إلى 5 مليون دينار جزائري .

و دار السلام لاستئجار منزل بحسب الشروط المتفق عليها .

و تجدر الإشارة إلى وجود نوعين من صيغة الإجارة لدى البنك:

أ . إجارة منتهية بالتمليك : والتي تنتقل فيها ملكية العين المؤجرة إلى المستأجر لي نهاية مدة الإجارة ومثال على ذلك منتج دار السلام لامتلاك منزل.

ويستفيد من هذه الصيغة كل شخص طبيعي أو معنوي (شركة)، و معتمدة من قبل الهيئة الشرعية للبنك، ويجب توفر شروط الأهلية و امتلاك حساب جاري أو حساب شيك لدى بنك السلام الجزائر .

ب . إجارة تشغيلية: وهي التي تعود فيها العين المستأجرة إلى المؤجر في نهاية مدة الإجارة.

4. صيغة الاستصناع:

يعتمد البنك في إطار التمويل عن طريق الاستصناع على صيغتين حسب موضوع التمويل:

أ. صيغة الاستصناع و الاستصناع الموازي في المباني:

وهي الصيغة التي يقوم من خلالها البنك بناء على طلب المتعامل ببناء أو تهيئة عقار، حسب المواصفات المحددة ضمن الطلب و المخططات المرفقة به، و يعتمد البنك في تنفيذ هذه العملية على عقدي استصناع منفصلين، يكون في أحدهما صانع وفي ثاني مستصنعا، بحيث ينعقد الاستصناع الأول بينه وبين المتعامل المستصنع فيكون صانعا بالنسبة إليه، ثم يعقد البنك استصناعا موازيا مع مقاول من أجل إنجاز المشروع فيكون مستصنعا في العقد.

ب. صيغة الاستصناع الموازي في غير المباني:

وهي الصيغة التي يقوم فيها البنك بناء على طلب المتعامل بتصنيع سلع أو تجهيزات طبقا للمواصفات المحددة عند الطلب وهذا من خلال عقد موازي للاستصناع الأول من صانع يستطيع صنع السلع المطلوبة.

5. صيغة البيع لأجل:

هي صيغة يقوم المصرف من خلالها بشراء سلع أو آلات أو معدات بناء على طلب المتعامل ويقوم بعد تملكه لها وقبضها القبض الناقل للضمان ببيعها للمتعامل بالأجل.

6. صيغة المشاركة:

بحيث تنفذ صيغ المشاركة من خلال شركة العقد وشركة الملك وتكون المشاركة فيهما مشاركة دائمة أو متناقصة، ومثال على ذلك في شركة الملك نجد امتلاك سكن بصيغة الترقوي العموم (Lpp) بحيث يقوم البنك من خلالها بناء على طلب المتعامل بمشاركته في شراء أو تملك عقار فيكون لكل منهما حصة شائعة في ملكيته، وعلى أساسه يقوم البنك بتأجير هذه الحصة إلى المتعامل إجارة منتهية بالتملك أو البيع التدريجي لها من خلال عقود بيع متتالية.

المطلب الثاني: النشاط التمويلي لبنك السلام ومؤشراته

من خلال التقارير السنوية لبنك السلام سوف نستعرض في هذا العنصر من البحث أهم النشاطات التمويلية و كيف تأثر نشاط المصرف بجائحة كورونا و أهم التدابير المنفذة¹ و دراسة أهم مؤشرات.

أولاً: النشاط التمويلي لبنك السلام:

و يظهر نشاط بنك السلام التمويلي من خلال:

1. تمويل المؤسسات:

عرف حجم التمويلات الممنوحة للمتعاملين خلال سنة 2020 ارتفاعا ملحوظا نسبته 26% مقارنة بسنة 2019، رغم انخفاض عدد الملفات بنسبة 3% حيث تم التركيز على نوعية الملفات.

كما عرف التمويل الاستثماري تراجعا كبيرا سنة 2020 لدى جميع البنوك وكذا مصرف السلام وهذا نظرا للأوضاع التي مرت بها البلاد و العالم بأسره، حيث تم تعديل الوجهة الإستراتيجية للمصرف وفق المعطيات الجديدة وتمثلت خصوصا في استقطاب الشركات الكبيرة ذات الجدارة الائتمانية العالية وقطاعات النشاط الأقل تأثرا بالوضع الذي كان سائد، كما تم الحرص على التقليل قدر الإمكان من التمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الأقل قدرة على الصمود أمام تداعيات الأزمة الاقتصادية و الصحية وتمثل عدد الملفات الجديدة (شركات مستقطبة عموما) بنسبة 37% من إجمالي الملفات المدروسة بقيمة تقدر ب 25.7 مليار دج، نتيجة كفاءة الخدمات وسرعة التكفل بطلبات المتعاملين من الدراسة إلى التعبئة وقد تم رفض 45 ملف ما يعادل 10% من محفظة الزبائن الخاصة بسنة 2020 وذلك إما لضعف مردودية نشاط الشركة أو ضعف البيانات المالية أو عدم توافق صيغة التمويل مع تعاليم الشريعة الإسلامية أو سياسة المصرف المعتمدة.

¹ الموقع الإلكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> / تاريخ الاطلاع :

على غرار سنة 2019 فقد عرفت نشاطا مكثفا من خلال معالجة ملفات التمويل للمؤسسات و الشركات الناشطة في مختلف الميادين حيث وصل عددها إلى 467 ملف ما بين استثمارية و استغلالية، ما يعكس معدل نمو مقدر ب 6% مقارنة بسنة 2018 وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(36) : تمويل المؤسسات بين سنة 2018 و 2019

مقارنة بين الملفات المدروسة سنة 2018 و 2019	2018	2019	النسبة (%)
عدد الملفات	440	467	6
القيمة (مليون د ج)	72559	70319	-3

المصدر : التقرير السنوي للبنك لسنة 2019 الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

[/https://www.alsalamalgeria.com](https://www.alsalamalgeria.com) تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

وتم إرجاع انخفاض قيمة التمويلات المدروسة خلال سنة 2019 إلى السياسة المنتهجة من طرف البنك في توزيع محفظة التمويلات حيث انه تم تأجيل مجموعة من طلبات التمويل الاستثمارية، وقد بلغ عدد الملفات التي منحت لها التسهيلات ب 394 ملف بمبلغ 61214 مليون دج أي بنسبة 87% من الملفات المدروسة.

وتمثل المؤسسات المتوسطة نسبة 50% من محفظة التمويلات، وتليها المؤسسات الصغيرة، بحيث خلال السنتين 2017 و 2018 كانت محفظة الزبائن متنوعة بتمويل 50% من المؤسسات المتوسطة تليها المؤسسات الكبيرة و الصغيرة ويمكن توضيح ذلك حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (37) : المؤسسات المستهدفة بعمليات التمويل

رقم الأعمال	حجم المؤسسة
50 مليون د ج < رقم الأعمال	المؤسسات الصغيرة جدا (متناهية الصغر)
250 مليون د ج < رقم الأعمال < 50 مليون د ج	المؤسسات الصغيرة
1 مليار د ج < رقم الأعمال < 250 مليون د ج	المؤسسات المتوسطة
رقم الأعمال < 1 مليار د ج	المؤسسات الكبيرة

المصدر: التقرير السنوي للبنك لسنة 2019 الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

وقد غطى البنك جميع المجالات من خلال حرصه على التنوع في القطاعات المستهدفة بالتسهيلات أو التمويل فقد كانت للمؤسسات التجارية الحصة الأكبر من التمويل بنسبة 51% (منح البنك أغلبية التمويل للمؤسسات التجارية وهذا نظر للطلب المتزايد للمتعاملين في هذا النشاط و قلة المخاطر التي قد يتحملها البنك في تمويل مثل هذه الأنشطة)، و تلتها المؤسسات الصناعية بنسبة 15% ثم مؤسسات تأجير العقارات و الخدمات التجارية بنسبة 13% ثم مؤسسات أشغال البناء بنسبة 8%، ثم مؤسسات الزراعة و الصيد البحري بنسبة 3% و بنفس النسبة للمؤسسات الصناعية الاستخراجية و المناجم، ومنحت نسبة 1% لكل من مؤسسات الصحة و العمل الاجتماعي وكذا النقل و الاتصالات و المطاعم و الفنادق و نسبة 4% لقطاعات متفرقة.

2. التمويلات الاستهلاكية:

عرف التمويل الاستهلاكي للأفراد خلال نشاط سنة 2020 اضطرابا يعود لعاملين أساسيين، الأول يخص التدابير المتخذة من قبل السلطات خلال السداسي الأول لسنة 2019 والتي فرضت تركيب السيارات محليا مما أثر سلبا على التمويلات الاستهلاكية لأفراد، و الثاني يخص العامل الوبائي الذي أثر على مجمل النشاطات الاقتصادية و امتد إلى تعثر المتعاملين عن سداد مستحققاتهم، في ظل هذه الظروف تم توجيه نشاط خلية التمويلات الاستهلاكية إلى تحصيل الديون المتعثرة وتمويل الدراجات النارية المركبة محليا، ورقمنه التمويلات الاستهلاكية وكذلك تطوير منتج

للتموليات المصغرة، يخص النشاطات الحرفية و الأنشطة التجارية الصغيرة، و بناءا على المعطيات السالفة، تراجع نشاط التمويل الاستهلاكي للأفراد تراجعاً ملحوظاً، وقد بلغت قيمة التموليات الاستهلاكية الممنوحة 456.7 مليون دج سنة 2020، مقابل 8.5 مليار دج لسنة 2019.

3. التمويل بالإجارة :

في سنة 2020 حقق التمويل الايجاري أرقاماً معتبرة بالرغم من الأوضاع السائدة، حيث بلغ عدد الملفات المعروضة على لجنة التموليات بالإجارة 17.6 مليار دج، تم الموافقة على ما نسبته 65 % من إجمالي الطلبات المقدمة و أعيد النظر و الاعتذار عن ما نسبته 28 % من التسهيلات المطلوبة و عليه بلغ مجموع التمويل الايجاري سنة 2020 قيمة 133 مليون دولار بالمقارنة مع قيمته التي بلغت 17.6 مليار دج بمعدل نمو 36 % عن سنة 2019، أما التسهيلات الخاصة بصيغة الإجارة فقد تضاعفت أرقامها بقيمة 67 مليون دولار أي تقريباً 9 مليار دج لسنة 2020 و ما يقابلها سنة 2019 التي سجلت تقريباً 33 مليون دج أي ما يعادل 4.4 مليار دولار أي بنسبة نمو مقدرة ب 103 %.

4. التمويل العقاري :

بخصوص نشاط التمويل العقاري فقد حقق الأهداف المسطرة بالرغم من الظروف و الأوضاع الاقتصادية و الصحية التي مرت بها البلاد بسبب نقشي الوباء، بحيث عرفت التموليات العقارية خلال سنة 2020، نشاطاً جدياً مكثف و ذلك من خلال معالجة ملفات التمويل للإفراد وشركات الترقية العقارية لانجاز المشاريع ذات الطابع السكني الترقوي حيث تم انتهاج سياسة انتقائية بالنسبة لتمويل المرقبين العقاريين حيث أن التمويل العقاري تميز¹ :

¹ الموقع الإلكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> / تاريخ الاطلاع:

أ. بالنسبة للتمويل العقاري للأفراد:

بلغت قيمة التمويل المعبئة خلال سنة 2020 حوالي 1157 مليون دج مقابل 1300 مليون دج خلال سنة 2019 ليست بالفارق الكبير بالرغم من الأوضاع الاستثنائية الصحية السائدة التي تعيشها البلاد، كما تم إبرام عدة اتفاقيات في إطار التمويل العقاري للأفراد بين المصرف وعدة مؤسسات اقتصادية وعدة جامعات بالموازاة مع فتح فروع للمصرف، منها جامعة بركة جامعة بسكرة، مؤسسة سيلاس للإسمنت (فرع شركة لافارج/CILAS) فضلا على ذلك تمت الموافقة المبدئية لعدة اتفاقيات منها، الإذاعة الجزائرية، بريد الجزائر، ميناء عنابة، جامعة الاغواط، الشركة الجزائرية للتأمين (AGLIC).

ب. بالنسبة للتمويل العقاري لشركات الترقية العقارية:

تم انتهاز سياسة انتقائية في تمويل المرققين العقاريين، وقدر حجم تمويلات المصرف في إطار تمويل مشاريع الترقية العقارية بمبلغ يقدر ب 76 مليون دج، وفي إطار عملية متابعة استيفاء تحصيل الضمانات العقارية من عقود ملكية أو رهون عقارية من الدرجة الأولى لصالح المصرف للعقارات الممولة من قبل المصرف لفائدة المتعاملين في إطار عمليات التمويلات العقارية للأفراد تم استيفاء أكثر من 211 عقد ملكية ورهن عقاري، كما بلغ عدد بوليصات التأمينات على السكنات الممنوحة في إطار التمويل العقاري 257 ملف.

نظرا للظروف الخاصة في سنة 2020، فقد تضاعفت أهمية الرقمنة و أصبحت من القضايا المستعجلة من اجل الاستمرار في تقديم الخدمات دون التأثير على الصحة العامة، حيث تم إعداد منصة تقنية للاتصال بالموردين من اجل توفير خدمة تمويل الأفراد بالتقسيط عبر الانترنت دون عناء تنقل الزبون إلى المصرف .

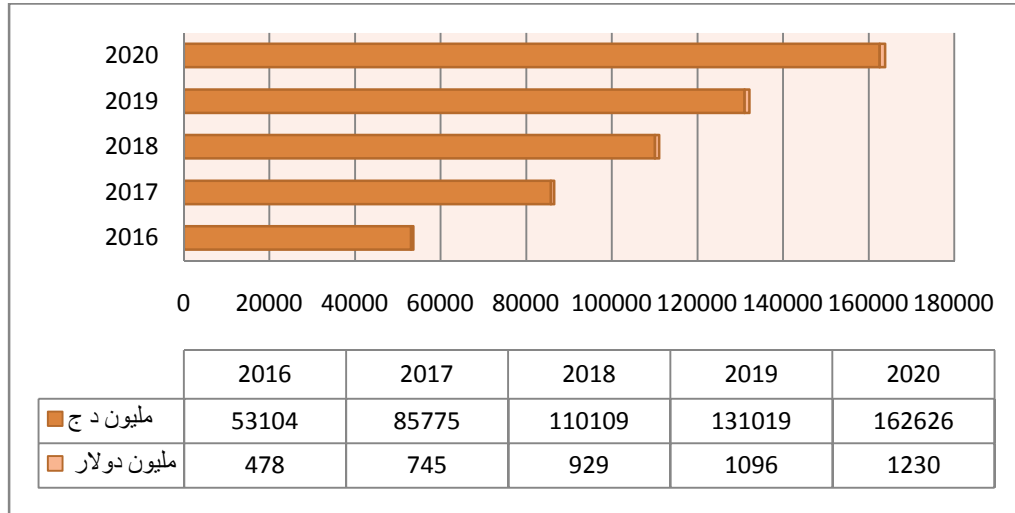
ثانيا: أهم مؤشرات النشاط للبنك السلام

نستعرض من خلال هذا العنصر أهم مؤشرات النشاط لبنك السلام .

1. مجموع الأصول:

نلاحظ من خلال الشكل البياني أدناه أن نسبة مجموع أصول لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة +62 % سنة 2017 ثم +28 % و +19 % إلى +24 % للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (57): مجموع الأصول.



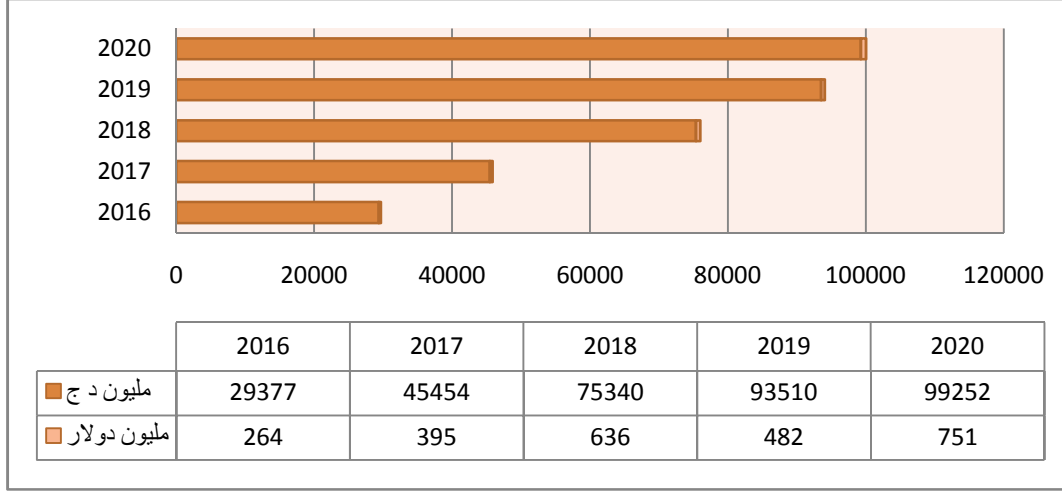
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

2. صافي تمويلات العملاء :

نلاحظ من خلال الشكل البياني الموالي أن نسبة صافي تمويل العملاء لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة +55 % سنة 2017 ثم +66 % و +24 % إلى +6 % على التوالي.

الشكل رقم (58): تمويلات العملاء (صافي).



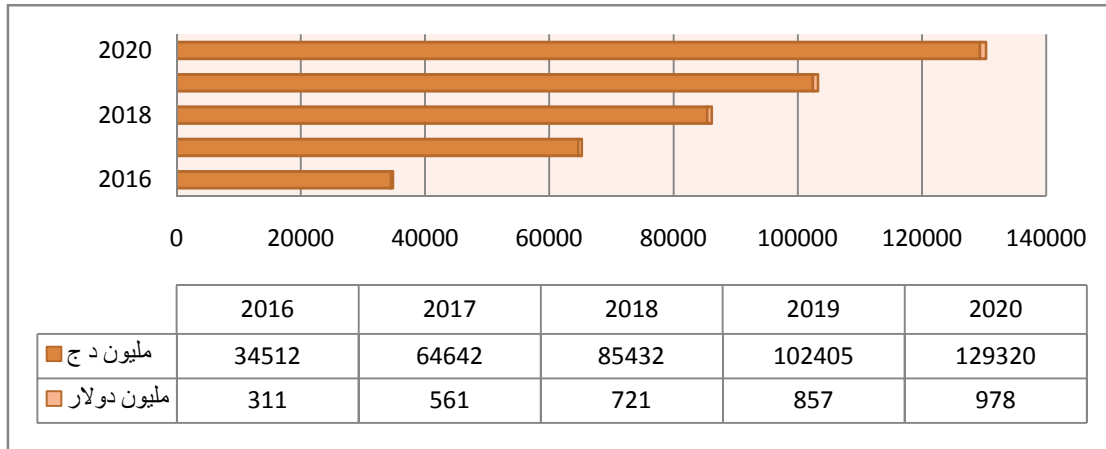
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

3. ودائع العملاء:

نلاحظ من خلال الشكل البياني الموالي أن حجم ودائع العملاء لبنك السلام اختلف حيث كانت بنسبة +87 % سنة 2017 ثم +32 % و +20 % إلى +26 % للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (59): ودائع العملاء.

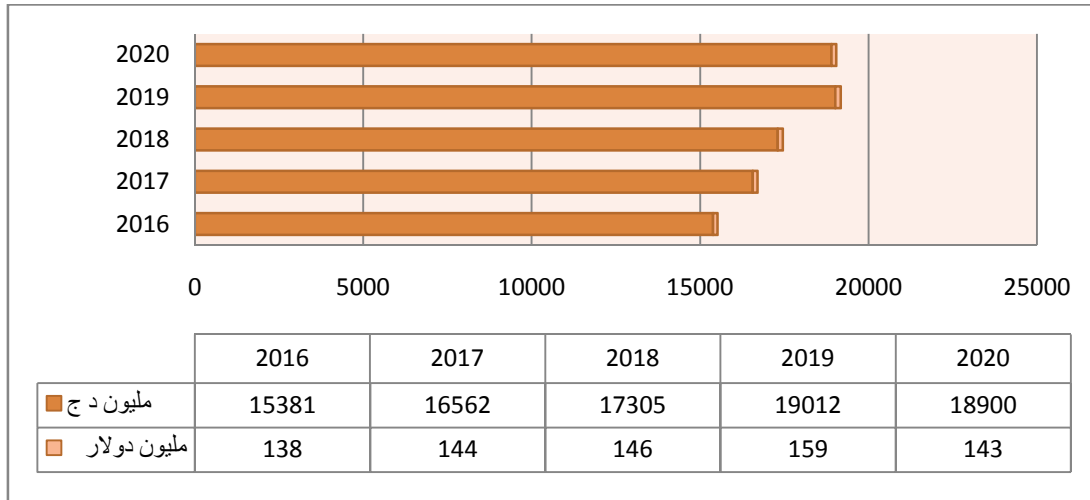


المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

4. حقوق المساهمين:

نلاحظ من خلال الشكل البياني الموالي أن قيمة حقوق المساهمين لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة +8 % سنة 2017 ثم +4 % و +10 % إلى -1% للسنوات الموالية على التوالي. الشكل رقم (60): حقوق المساهمين.



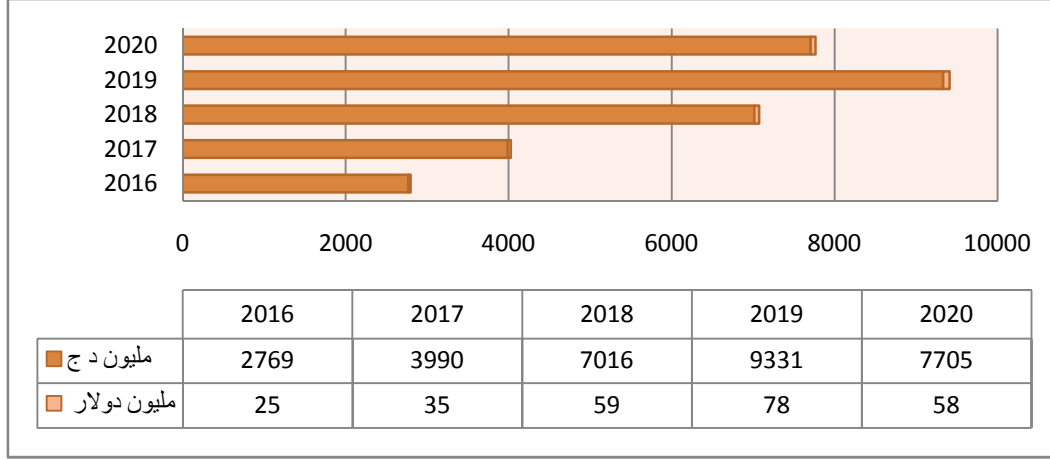
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

5. المداخل الصافية:

نلاحظ من خلال الشكل البياني الموالي أن قيمة المداخل الصافية لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة +44 % سنة 2017 ثم +76 % و +33 % إلى -17% للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (61): المداخل الصافية .



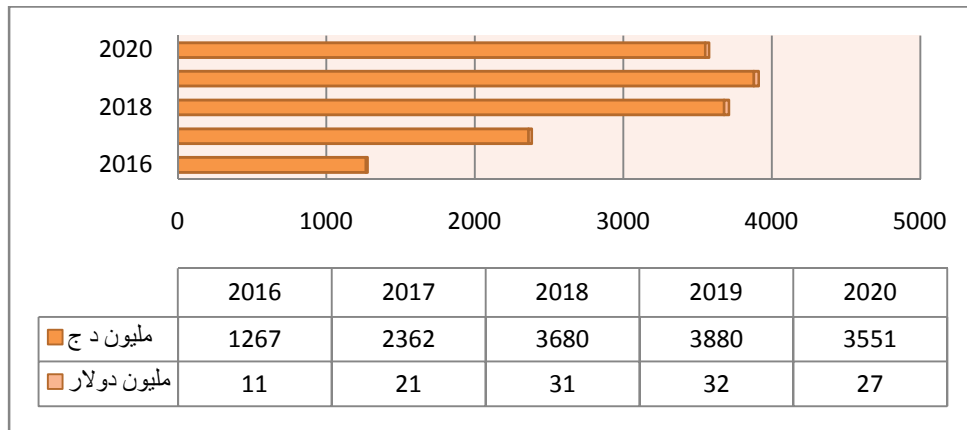
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

6. المصاريف:

نلاحظ من خلال الشكل البياني أدناه أن قيمة المصاريف لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة 86+ % سنة 2017 ثم 56+ % و 5+ % إلى -8% للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (62): المصاريف.



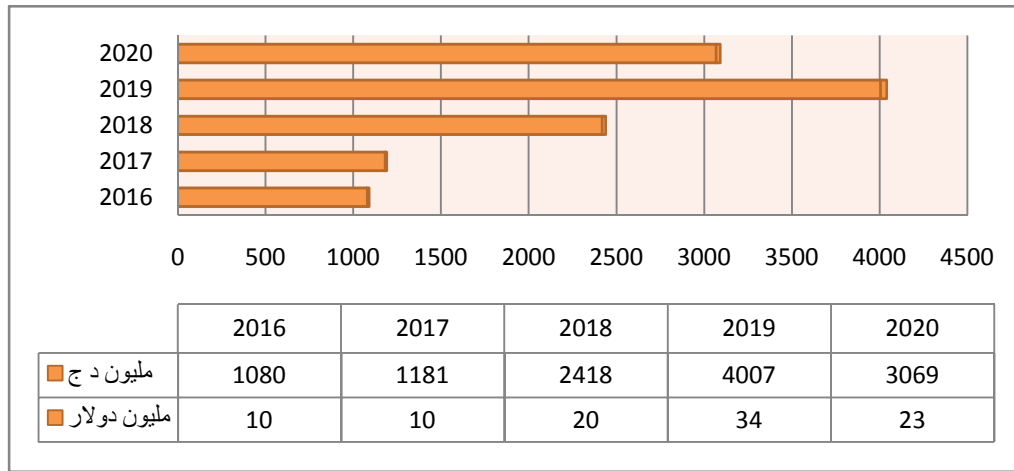
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

7. النتيجة الصافية:

نلاحظ من خلال الشكل البياني أدناه أن قيمة النتيجة الصافية لبنك السلام اختلفت حيث كانت بنسبة +9 % سنة 2017 ثم +105 % و +66 % إلى -23 % للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (63): النتيجة الصافية.



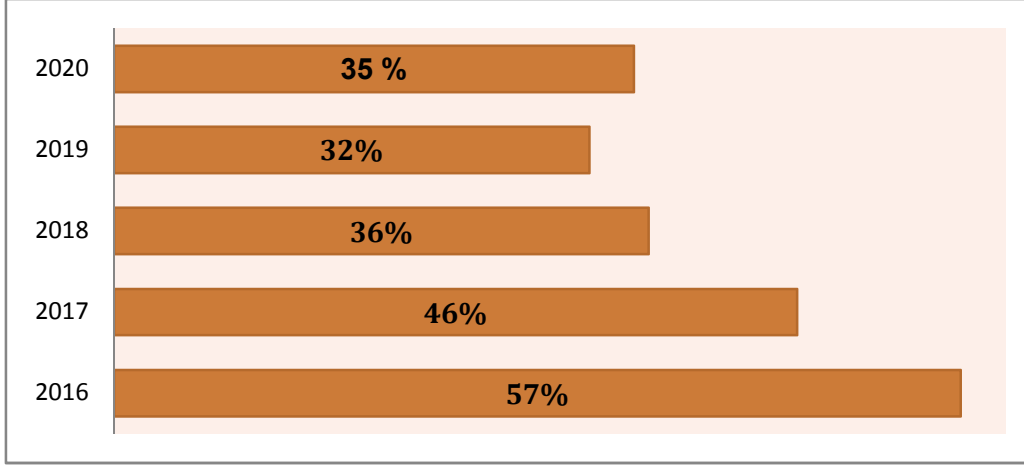
المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

8. معامل الكفاءة التشغيلية:

نلاحظ من خلال الشكل البياني أدناه أن معامل الكفاءة التشغيلية لبنك السلام بلغ نسبة 57% سنة 2017 ثم 46 % و 36 % إلى 35 % للسنوات الموالية على التوالي.

الشكل رقم (64): معامل الكفاءة التشغيلية.

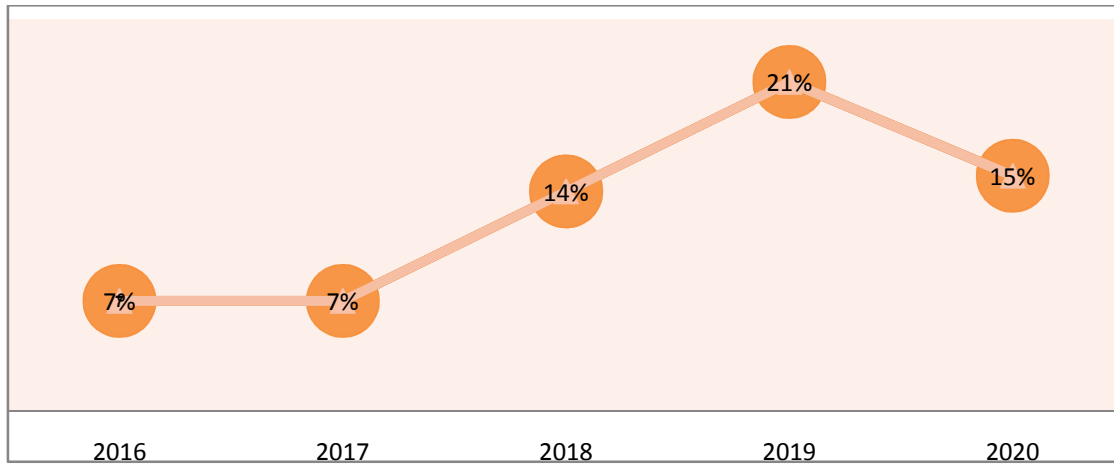


المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

9. العائد على حقوق الملكية :

نجد أن أعلى نسبة للعائد على حقوق الملكية سنة 2019 و بنسبة 21%، و المبين في الشكل التالي :

الشكل رقم (65): العائد على حقوق الملكية.

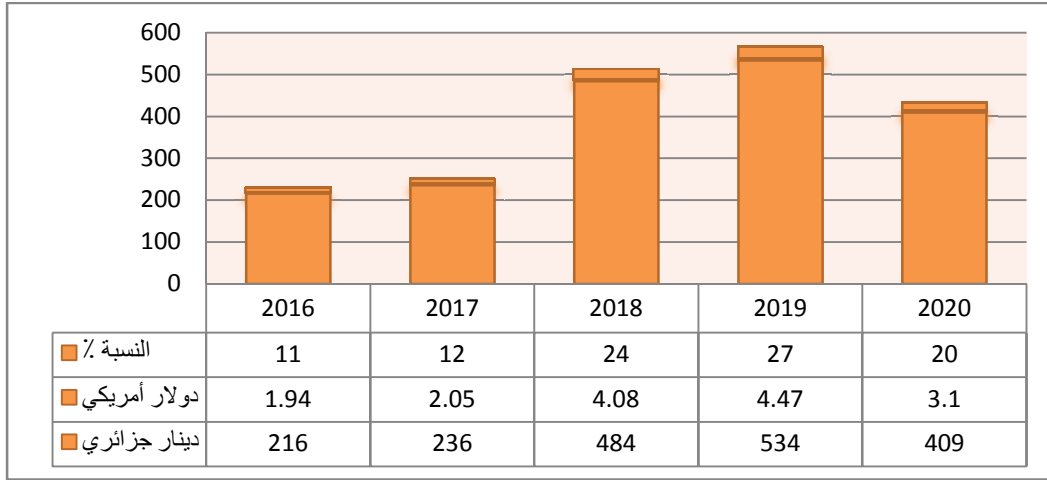


المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

10. العائد على السهم:

نجد أن أعلى نسبة للعائد على السهم حققت سنة 2019 و بنسبة 27%.

الشكل رقم (66): العائد على السهم.



المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

تحليلا لبيانات الأشكال السابقة المبينة للنشاط نجد أنه و مع الاقتصاد الجزائري تحديات كبيرة نتجت عن انخفاض في أسعار النفط من جهة و الظروف الصحية الدولية المرتبطة بجائحة كورونا من جهة أخرى و بالرغم من ذلك فقد تمكن مصرف السلام الجزائر من تجاوز هذه المرحلة وتحقيق نمو لا بأس به خلال سنة 2020.

بلغ مجموع المركز المالي للمصرف مبلغ 163 مليار دج (1230 مليار دولار) مقابل 131 مليار دج (1096 مليار دولار) سنة 2019 بنمو قدره 24%، كما عرفت محفظة تمويلات الزبائن مستوى بلغ 99 مليار دج (751 مليون دولار) بزيادة قدرها 6% عن مستواها سنة 2019 نتيجة لنمو رصيد تمويلات المؤسسات بنسبة 13%، في المقابل سجلت تمويلات الأفراد تراجعاً راجع لتوقف نشاط مصانع تركيب السيارات في الجزائر وبالتالي عدم توفر الكمية اللازمة من التمويلات الاستهلاكية لسنة 2020، وبلغ مجموعة ودائع العملاء ما قيمته 129 مليار دج

(978 مليون دولار) سنة 2020 مقابل 102 مليار دج (857 مليون دولار) سنة 2019 بنمو قدره 26% ما يعكس تحسن صورة البنك لدى متعامليه و تعزيز ثقتهم فيه.

بالنسبة لرصيد السيولة بلغ مع نهاية سنة 2020 مبلغ 54 مليار دج (405 مليون دولار) وقد عرف نموًا جيدًا مقارنة بنهاية سنة 2019 نتيجة للزيادة المعتبرة لحجم الودائع بشكل فاق نمو محفظة التمويلات.

من جهة أخرى، فقد تراجع الناتج البنكي لسنة 2020 مستوى 7.7 مليار دج (58 مليون دولار) مقابل 9.3 مليار دج (78 مليون دولار) لسنة 2019 أي بنسبة 17% وذلك نتيجة لانخفاض دخل عمليات التجارة الخارجية إثر تخفيض نسبة عمولة الصرف من طرف بنك الجزائر، في حين بلغت المصاريف التشغيلية سنة 2020 مستوى 2.7 مليار دج (20 مليون دولار) مقابل 2.9 مليار دج (25 مليون دولار) سنة 2019 بتراجع نسبته 9 % وذلك لاتخاذ البنك جملة من الإجراءات لتخفيض المصاريف بالموازاة مع تراجع مستوى الدخل.

بينما بلغ صافي المخصصات 864 مليون دج (6.5 مليون دولار) وقد سجل بذلك تراجعًا بنسبة 8 % بالمقارنة وسنة 2019 وذلك رغم الجهود المبذولة لتحصيل مستحقات المصرف.

وبلغت حقوق المساهمين مستوى 19 مليار دج (143 مليون دولار) مسجلة استقرارًا مقارنة بمستواها عند نهاية سنة 2019، وكحصيلة لما سبق فإن النتيجة الصافية لسنة 2020 بلغت 3 مليار دج (23 مليون دولار).

المطلب الثالث: معلومات حول الميزانية

نجد في جانب الأصول مايلي¹ :

أولا: تقسيمات التمويل (الصندوق، البنك المركزي، الخزينة العمومية، مركز الصكوك البريدية):

الجدول رقم (38): مجموع الميزانية الوحدة: آلاف دج

2020/12/31	2019/12/31	التغيير	%
53600804	27584242	26016562	94

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

يمثل رصيد هذا البند نسبة 33 % من مجموع ميزانية سنة 2020 وهو يحتوي على العناصر النقدية شبه النقدية كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (39): العناصر النقدية و شبه النقدية لمجموع الميزانية الوحدة : آلاف دج

البند	2020	2019	نسبة التغيير %
البنك المركزي	48391010	20059754	141
الصناديق (نقدا)	4279693	5983201	-28
الخزينة العمومية والصكوك البريدية	930101	1541287	-39
المجموع	57600804	27584242	94

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

¹ الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع : 16-07-2021.

ثانيا: تمويل الهيئات المالية:

من خلال الجدول التالي نجد أن انخفاض رصيد بند تمويل الهيئات المالية مقارنة بسنة 2019 يعود إلى سداد أقصى التمويل الممنوح لصالح المؤسسة المالية.

الجدول رقم (40): تمويل الهيئات المالية الوحدة : آلاف دج

2020/12/31	2019/12/31	التغيير	%
259466	515459	-255993	-50

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

ثالثا: تمويل الزبائن:

من خلال الجدول الموالي نجد أن رصيد بند تمويل الزبائن يمثل 63 % من مجموع ميزانية البنك لسنة 2020 حيث سجل نمو نسبته 6% مقارنة بسنة 2019.

الجدول رقم (41): تمويل الزبائن الوحدة : آلاف دج

2020/12/31	2019/12/31	التغيير	%
101771998	95582580	6189418	6

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

تتضمن الجداول الموالية تفصيل تقسيمات التمويل وفق أشكال التمويل والمتعامل الاقتصادي، أجل الاستحقاق المتبقي، و التوزيع الجغرافي خلال سنتي 2019 و 2020.

1. حسب أشكال التمويل والمتعامل الاقتصادي:

من خلال الجدول التالي نبين تمويلات مختلفة حسب أشكال التمويل والمتعامل الاقتصادي لسنتي 2019 و 2020 .

الجدول رقم (42): تقسيمات التمويل حسب أشكال التمويل والمتعامل الاقتصادي

الوحدة : آلاف دج

أشكال التمويل	2020	2019	نسبة التغير %
المؤسسات الخاصة			
تمويلات الاستغلال	65899106	53168392	24
تمويلات الاستثمار	10335272	11333094	9-
إجارة أصول منقولة	7950806	9006385	12-
إجارة عقارية	4793510	5081941	6-
حسابات جارية مدينة	40501	209146	81-
مجموع تمويل المؤسسات الخاصة	89019195	78798958	13
مخصص نقص القيمة	3638689	29072495	22
صافي تمويل المؤسسات الخاصة	85380506	75826463	13
مؤسسات عمومية			
إجارة أصول منقولة	8696	14352	39-
مجموع تمويل المؤسسات العمومية	8696	14352	39-
مخصص نقص القيمة	-	-	-
صافي تمويل المؤسسات العمومية	8696	14352	39-
أفراد			
تمويل عقاري	3668972	3029808	21
تمويل استهلاكي	12780950	16742640	24-
مجموع تمويل الأفراد	16449922	19772448	17-
مخصص نقص القيمة	67126	30683	119

صافي تمويل الأفراد	16382796	19741765	17-
صافي تمويل الزبائن	101771998	95582580	6

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

حسب الأجل الاستحقاق المتبقي :

من خلال الجدول التالي نبين تمويلات مختلفة حسب الأجل المتبقي لسنتي 2019 و 2020.

الجدول رقم (43): تقسيمات التمويل حسب الأجل الاستحقاق المتبقي.

الوحدة : آلاف دج

الأجل المتبقي	2020	2019	نسبة التغير %
أقل من سنة	79303859	66964543	18
بين سنة وسنتين	12826069	12639130	1
بين 2 و 3 سنوات	7447198	9692029	23-
بين 3 و 4 سنوات	2593505	5419169	52-
بين 4 و 5 سنوات	517732	1578693	67-
أكثر من 5 سنوات	2789450	2292194	22
إجمالي تمويل الزبائن	105477813	98585758	7
مخصص نقص القيمة	3705815	3003178	23
صافي تمويل الزبائن	101771998	95582580	6

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر
<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

2. حسب التوزيع الجغرافي :

إن جميع الزبائن الحاصلين على تمويل من بنك السلام هم أشخاص طبيعيين أو معنيون خاضعون للقانون الجزائري وإقامتهم أو مقرهم في الجزائر. يتوزع التمويل الخاص بالزبائن على المناطق الجغرافية في الجزائر لسنتي 2019 و 2020 كما هو موضح في الجدولين التاليين:

الجدول رقم (44): تقسيمات التمويل حسب التوزيع الجغرافي لسنة 2020.

2020 الوحدة : آلاف دج					
المجموع	منطقة الجنوب	منطقة الغرب	منطقة الشرق	منطقة الوسط	
105477813	2551022	9863503	24483617	68579671	إجمالي تمويل الزبائن
3705815	20186	63679	420515	3201435	مخصص نقص القيمة
101771998	2530836	9799824	24063102	65378236	صافي تمويل الزبائن

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

الجدول رقم (45): تقسيمات التمويل حسب التوزيع الجغرافي لسنة 2019.

2019 الوحدة : آلاف دج					
المجموع	منطقة الجنوب	منطقة الغرب	منطقة الشرق	منطقة الوسط	
98585758	2847780	7667690	14530676	70539612	إجمالي تمويل الزبائن
30031178	9642	51660	233340	2708536	مخصص نقص القيمة
95582580	2838138	7616030	17297336	67831076	صافي تمويل الزبائن

المصدر: التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020، الموقع الالكتروني لمصرف السلام الجزائر

<https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع 16-07-2021.

- دراسة بنكي البركة و السلام -

تعرفنا من خلال هذا العنصر من البحث على بنك السلام الجزائر وعمله في مجال الصيرفة الإسلامية خلال 14 سنة و التي من خلالها نجد أنه وضع خطة سير و إستراتيجية واضحة لإرساء قواعد العمل و على توسيع عدد فروعته إلى أن وصل إلى 23 فرع منتشر عبر ولايات الوطن.

خلاصة الفصل الرابع:

بالرغم من التأخر الكبير الذي شهده ميلاد القانون الخاص بالصيرفة الإسلامية في الجزائر حتى سنة 2020، والأمر يتعلق بنظام 02-20 المؤرخ في 15 مارس 2020 والمحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وتلته التعليم رقم 03-20 المؤرخة في 02 أبريل 2020 المعرفة للمنتجات المتعلقة بالصيرفة الإسلامية، بحيث يتضمن ترخيص يتحصل عليه من بنك الجزائر، وشهادة مطابقة لأحكام الشريعة مسلمة من الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية وبطاقة وصية المنتج طبقا للمادة 16 من النظام 02-20¹، غير أن كل من بنكي البركة و السلام استطاعوا شق طريقهم و المواصله كبنكين رائدين في مجال التمويل الإسلامي وثبت ذلك فعليا عندما سيطروا على أوضاعهم وحاولوا الصمود خلال الأزمة الصحية للوباء العالمي من خلال تحقيق أفضل النتائج من خلال مؤشرات النشاط.

¹ النظام 02-20 المؤرخ في 15 مارس 2020، يحدد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 16 مؤرخ في 24 مارس 2020.

الفصل الخامس:

دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر
من خلال دراسة تجربة المملكة العربية السعودية

الفصل الخامس: دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية

في الجزائر من خلال دراسة تجربة المملكة العربية السعودية

تمهيد

من خلال هذه الدراسة و التي حاولنا اعتماد آلية البيع بالتقسيط ومختلف تطبيقاته المعاصرة، وتبيان مميزات هذه الآلية و دمج ومقاربة القطاع السياحي و البنوك الإسلامية لإيجاد حلول تمويلية بديلة و الاستفادة منها لترقية الصناعة السياحية واعتمدنا في ذلك على دراسة تجربة المملكة العربية السعودية لنجاحها في الولوج لشتى الصناعات المتعلقة بالسياحة من فندقية وضيافة إيواء و إطعام نقل، اتصالات وخدمات، وما إلى ذلك وكذا وضع بعض نماذج تمويل بطاقات الدفع الائتماني احد تطبيقات البيع بالتقسيط وذلك لإثبات الدول العربية نجاحها في اعتمادها على التمويل الإسلامي على مستوى القطاع السياحي.

وتجدر الإشارة أننا حاولنا في دراستنا لهذا الفصل الاعتماد على برامج إحصائية من خلال وضع استبيان موجه للأفراد الراغبين في الحصول على تمويل من البنوك الإسلامية وفق آلية البيع بالتقسيط غير أننا لم نلقى نتائج مرضية لصعوبة فهم الآلية وغموضها (آلية البيع بالتقسيط مرتبطة في أذهان الأفراد بالسلع المادية أو الاستهلاكية وليس اعتمادها في تمويل خدمة كالسياحة)، كما وحاولنا إجراء مقابلة نصف موجهة لدى فروع بنك السلام وبنك البركة نفس الشيء يصعب التعرف على مدى ملامسة آلية البيع بالتقسيط للقطاع السياحي وكذا ربط مفهوم التطبيقات المعاصرة للبيع بالتقسيط للآلية في حد ذاتها وذلك بسبب النماذج التمويلية المحددة و المعمول بها في عقود يصعب تكييفها وفق الآلية المطلوبة فأعيد توجيه الدراسة و ربطها بتجربة المملكة العربية السعودية ومختلف المقترحات التمويلية ومحاكاتها مع المعطيات السياحية في الجزائر لوضع استشراف يخدم الدراسة و الوصول إلى النتائج المرجوة.

وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية و هي:

المبحث الأول: تجربة المملكة العربية السعودية لترقية القطاع السياحي.

المبحث الثاني: الابتكارات التمويلية الإسلامية في مجال الصناعة السياحية -دراسة بنك الراجحي

نموذجاً-

المبحث الثالث: الصيغ التمويلية المتاحة للبنوك الإسلامية الجزائرية في قطاع السياحة واستشراف دور البيع بالتقسيط من خلال تجربة مصرف الراجحي.

المبحث الأول: تجربة المملكة العربية السعودية لترقية القطاع السياحي

من خلال هذا المبحث حاولنا الإلمام بمختلف جوانب الصناعة السياحية في المملكة العربية السعودية و أهم ما تملكه من مميزات و ابتكارات تمويلية بحسب رؤية المملكة 2030 و الخطى الثابتة التي انتهجتها الجهات الوصية على القطاع وما قد يمكن استخلاصه للاستفادة منه وتقديمه كتجربة للقطاع السياحي في الجزائر .

المطلب الأول: نظرة عامة للقطاع السياحي في المملكة العربية السعودية

تشكل السعودية بعدا حضاريا وتاريخيا مهما من الناحية الدينية و الاقتصادية، ومفهوم السياحة الحديث الذي ترعاه الدولة هو المنافع المتعددة للسياحة في الجانب الاقتصادي و الثقافي و التراثي و الاجتماعي و البيئي .

أولا: الإمكانيات السياحية:

نجد أن الإمكانيات السياحية للمملكة العربية السعودية تحتوي في متاحفها على قطع أثرية عثر عليها في التنقيبات الأثرية الحديثة وتغطي القطع المعروضة الفترة التي تمتد من العصر الحجري القديم و فترة العبيد التي تعود إلى الخامس قبل الميلاد، تلبها فترة دلمون ثم فترة الممالك العربية المبكرة ثم فترة الممالك العربية الوسطي و المتأخرة، وفترة العهد النبوي ثم فترة الدولة الأموية و العباسية و العصر الإسلامي الوسيط و المتأخر، وأخير فترة توحيد المملكة العربية السعودية، كما يوجد أكثر من 10 آلاف موقع تراثي وثقافي في البلاد، منها 500 ذكرت في الشعر العربي القديم، ونحو 400 موقع آخر ورد ذكرها في السيرة النبوية، لكن تفضل مكة أكثر المدن جذبا للزوار تليها المدينة المنورة، كما تمتد على ساحل البحر الأحمر شواطئ مؤهلة لأن تكون أماكن جذب للسياح قرابة 1800 كم من الغرب و على مسافة 700 كم على ساحل الخليج العربي من الشرق، وتعد مياه المملكة الدافئة وساعات النهار الطويلة نقاط جذب مهمة، تخطط السعودية لجذب 100 مليون زيارة سنويا في العالم لسنة 2030، و إلى رفع مساهمة السياحة في الاقتصاد من خمسة إلى 18%

و إضافة لرؤية السعودية 2030 أن السياحة هي أحد القطاعات الناشئة ذات النمو السريع، وتمثل أحد المحاور المهمة في السعودية للمكنوز التاريخي و التراثي و التنوع الطبيعي و الثقافي¹.

من جهة أخرى تعد أرضها مهد للدين الإسلامي فالمسجد النبوي و المسجد الحرام ومناسك العمرة يعدون عوامل جذب سياحي، وجاءت المملكة أول الوجهات العربية تفضيلاً من قبل السياح المسلمين (الحجاج)، و رابعها عالمياً ضمن قائمة الوجهات العشر الأولى الأكثر زيارة من قبل السياح من بين 130 بلداً بحسب تقرير المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لسنة 2019 واستحدثت السعودية في 2019 للمرة الأولى في تاريخها تأشيرة سياحية تتيح لجميع مواطني دول العالم القدوم إليها على مدار العام وفق تنظيمات جديدة تضمنت إمكانية الحصول على التأشيرة إلكترونياً أو عند الوصول لأحد منافذ الدخول، كما لا تشترط إلزامية وجود المرافق للمرأة، أو ضرورة لبسها للعباءة، معاً وجوب التقيد بالنظام و الذوق العام حيث أن هذه التأشيرة تصل صلاحيتها لعام كامل، يمكن القيام بزيارات متعددة للمملكة على ألا تتجاوز 90 يوماً في المرة الواحدة، ويستفيد من التأشيرة في مرحلتها الأولى مواطنو 49 دولة يتوقع أن يمثلوا ما نسبته 75% إلى 80% من نفقات السفر العالمية تدخل ضمن السياحة الترفيهية في العالم بحلول عام 2030.

أما بالنسبة لأهم الوجهات السياحية في السعودية:

عاصمة المملكة العربية السعودية هي الرياض التي تعد أكبر المدن السعودية، حيث أن السفر إلى السعودية لا يحتاج تأشيرة دخول كما سبق و ذكرنا وحتى التنقل بالنسبة لمواطني كافة دول مجلس التعاون الخليجي أما بالنسبة لمواطني بقية الدول فهم بحاجة إلى الحصول على فيزا السعودية.

تتوفر على تسعة أهم مدن وهي² :

الرياض، جدة، الدمام، المدينة المنورة، الطائف، الخبر، أمّالج، ينبع.

¹ الموقع الرسمي الهيئة السعودية للسياحة <https://www.sta.gov.sa/ar/>

² الموقع الرسمي الهيئة السعودية للسياحة <https://www.sta.gov.sa/ar/>

ثانيا: تحليل لقطاع السياحة في السعودية:

تمتلك المملكة العربية السعودية مساحات واسعة، لذا تبذل جهودا كبيرة بهدف تنمية الرحلات المحلية، رحلات الحج و العمرة، الرحلات الخاصة بسفر الأعمال ورحلات المسافرين الدوليين القادمين للمملكة وبروزها في مجال السفر وكل ما يتعلق بمستقبل السفر الدولي إلى المملكة، لا سيما بعد التسهيلات في التأشيرات الالكترونية و تستعد المملكة العربية السعودية لعصر جديد من السفر حيث تشهد البلاد مرحلة تاريخية من النمو و التحول تجعلها أكثر استقطابا للسياح بينما تبقى رحلات الحج و العمرة الأهم في هذا القطاع و يتوقع أن تشهد ارتفاعا ملحوظا في الرحلات السياحية و الترفيهية الخاصة بالأعمال وستكون الأهداف المعايير و البرامج الأخرى التي تم تسليط الضوء عليها في رؤية السعودية 2030 الدافع الرئيسي لهذه الزيادة الكبيرة¹.

و يتضح خلال رحلة التحول التي تسير على خطاها المملكة العربية السعودية أن علامات السفر التجارية العالمية بحاجة إلى اللغة و الثقافة المحلية في سعيها لفهم رؤية المسافرين السعوديين أو الدخول إلى السوق السعودي كما يتضح أن المتطلبات الرئيسية مثل الطعام الحلال، غرف الصلاة، و الأمان هي من الأمور التي تحظى بالاهتمام للمسافرين، بينما يكون قرار الحجز النهائي ناتج عن فهم أكثر دقة لأولويات المسافر، سلوكياته أهدافه ومراحل حياته. أما بالنسبة للرحلات السياحية الخارجية ورحلات الحج و العمرة في المملكة العربية السعودية قد شهدت العديد من التطور و النمو، ومع ذلك فإن رحلات السفر المحلية، الواردة و الخاصة بسفر الأعمال هي التي تكمن فيها الإمكانيات الأكبر للنمو حيث يبحث المسافرين الدوليين الآن عن تجارب جديدة فهم لا يفضلون الذهاب في رحلة على من سفينة أو جولة تعريفية في الحافلة أو أن يكون لديهم نفس مسار الرحلة التي سار بها مليون شخص آخر، بل يرغبون عند العودة إلى منازلهم بالحديث عن وجهة جديدة عن تجربة قد خاضوها للمرة الأولى، وهنا تكمن المتعة الأكبر لهم وما يحصلون عليه في نهاية الرحلة، وبالتالي فمستقبل السياحة في المملكة العربية السعودية في هذا المجال و بهذا الزمن هو للمستكشفين أي الأشخاص الذين يحبون التعرف على كل ما هو جديد .

¹ تقرير مجموعة سيرا للسفر وقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية 2021، الموقع:

<https://www.seera.sa/en> تاريخ الاطلاع: 2022/08/24.

و هذا ما يجعل الاستثمارات شاملة ومتنوعة قدر الإمكان ليكون للسياحة دورا مستداما وطويل الأجل في المستقبل الاقتصادي للمملكة.

و نجد لأنه وعند فتح أي مدينة أبوابها لاستقبال السياح، فلا بد من إجراء بعض الحملات الإعلانية للتوعية بأسباب اعتبارها وجهة سياحية، لا يتم إنشاء أي جهات في ليلة وضحاها، ولا تحظى أي وجهة بالكثير من الشعبية إلى بعد فترة من الزمن وهو ما يلخص فعليا حال قطاع السفر في المملكة العربية السعودية فهي وجهة جديدة تفتح أبوابها للسياح للمرة الأولى، و من أكثر العوامل المؤثرة في صناعة السفر في المملكة هي¹ : 44% من العائلة و الأصدقاء و 39% من المواقع الالكترونية و 25% من مزودي معلومات السفر و وسائل التواصل الالكتروني و 16% من المدونين وخاصة مدوني الفيديوها.

ثالثا: منظومة السياحة في السعودية:

تتوفر على ثلاث هيئات وصية وفاعلة في القطاع السياحي و التي تعمل بالتنسيق مع عدة جهات عاملة في مجال الصناعة السياحية وهي²:

1. وزارة السياحة:

توجد على هرم القطاع السياحي وتعمل على :

- وضع التشريعات و الأنظمة و اللوائح اللازمة لتطوير قطاع السياحة؛

- إصدار التراخيص و التصنيفات الخاصة بالأنشطة و المشاريع السياحية؛

- جذب الاستثمارات النوعية لقطاع السياحة؛

- توفير بيئة استثمارية جاذبة للمستثمرين؛

- تطوير ودعم الإطارات البشرية في قطاع السياحة؛

¹ تقرير مجموعة سيرا للسفر وقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية 2021، الموقع:

<https://www.seera.sa/en> تاريخ الاطلاع: 2022/08/24.

² الهيئة السعودية للسياحة، www.sta.gov.sa تاريخ الاطلاع: 2022/07/11.

- توفير الفرص الوظيفية الجديدة في قطاع السياحة في المملكة.

2. صندوق التنمية السياحي:

أهم ركيزة في المنظومة السياحية للانجازات و المساهمة الفعالة التي قدمها للقطاع السياحي بالمملكة فقد أنشأت المملكة صندوق التنمية السياحي في سبتمبر 2020 بهدف تمكين واحد من أسرع القطاعات نموا في المملكة برأسمال تمويلي بلغ 15 مليار ريال سعودي، إذ عمل الصندوق على تسهيل دخول المستثمرين المحليين والدوليين في استثمارات قطاع السياحة الواعد، وتسريعها عبر كافة مجالات السياحة في مناطق المملكة المختلفة وفق الإستراتيجية الوطنية للسياحة¹.

كما عمل على دعم و تحقيق مستهدفات الإستراتيجية السعودية للسياحة ضمن رؤية المملكة 2030 ، وبصورة إجمالية قام الصندوق منذ تأسيسه بتمويل وتمكين عشرات المشاريع السياحية النوعية لمجموعة متنوعة من المستثمرين الكبار و الشركات الصغيرة من المتوقع أن توفر هذه المشاريع حوالي 3.500 غرفة فندقية موزعة على 9 جهات سياحية، بالإضافة إلى طيف واسع من الخدمات و الأنشطة السياحية التي تساهم في توفير تجربة متكاملة للسياح، وعلى الصعيد الاقتصادي، ستساهم هذه المشاريع في دعم الناتج المحلي الإجمالي للمملكة بحوالي 2.3 مليار ريال سعودي، وتوفير أكثر من 21.000 وظيفة في قطاع السياحة.

ويتعاون الصندوق اليوم مع أكثر من 235 مستثمرا من القطاع الخاص لتمكين مشاريعهم التي تتوافق مع أهداف إستراتيجية السعودية للسياحة، وهذه القائمة تكبر بصورة متسارعة في ظل تهافت المستثمرين للاستفادة من الطفرة المتوقعة في السياحة السعودية.

كما وقع الصندوق شراكات واتفاقيات تمويل لمشاريع سياحية تزيد قيمتها عن مليار ريال سعودي مع جهات فاعلة رئيسية من قطاع السياحة، مثل "شركة اكستريم" و "مجموعة الموسى" و "أجدان للتطوير العقاري" و "مدينة المعرفة الاقتصادية".

ويوفر الصندوق الدعم للشركات الصغيرة و المتوسطة وكذلك الشركات الكبيرة بدءا من التخطيط وصولا إلى توفير الدعم من مختلف الهيئات الحكومية المعنية بقطاع السياحة، كما يقدم الصندوق

¹ صندوق التنمية السياحي ، الموقع: <https://www.tdf.gov.sa> تاريخ الاطلاع: 2022-01-26 .

على صعيد التمويل حلولاً تمويلية متنوعة تناسب احتياجات المستثمرين بما فيها التمويل المباشر و الضمانات البنكية و التمويل المشترك مع البنوك.

ويكمل الصندوق إلى حد كبير الدور التمويلي للبنوك الخاصة، حيث أنه يوفر خدمات استشارية للمستثمرين لاستقاء المتطلبات التمويلية التي تطلبها البنوك، ويقدم الضمانات المالية لتسهيل حصول المستثمرين على القروض البنكية، كما يمول بشكل مباشر المشاريع الواعدة التي قد لا تستوفي الشروط البنكية من حيث تقييم المخاطرة، ما يزيد شهية البنوك على تمويل توسع تلك المشاريع و المشاريع المماثلة بعد إثبات جدوى الاستثمار.

حيث وقع الصندوق اتفاقيات مع خمسة بنوك حتى الآن، وهي البنك العربي الوطني، و البنك السعودي الفرنسي، وبنك الرياض، وبنك البلاد، ومصرف الراجحي لتوفير حلول مالية متنوعة للمستثمرين، وكجزء من علاقته مع بنك الرياض، أطلق الصندوق بالشراكة مع البنك برنامج "شركاء السياحة" حيث تم تخصيص حوالي 2 مليار ريال سعودي لدعم المشاريع السياحية التي تضيف إلى تنوع وجاذبية التجربة السياحية في المملكة.

و من أبرز الانجازات خلال 18 شهرا الأخيرة و الأفضل في مسيرة صندوق التنمية السياحي:

- تمكين مشاريع سياحية نوعية بقيمة ما يقارب 6 مليار ريال منها 4 مليار ريال استثمارات في القطاع الخاص.

و التي وفرت ¹:

- 21 ألف فرصة عمل في قطاع السياحة؛

- إضافة 2.3 مليار ريال إلى الناتج المحلي الإجمالي للمملكة؛

- تسليم حوالي 3.500 غرفة فندقية في 9 وجهات سياحية؛

- توقيع اتفاقيات هادفة لدعم التنمية المستدامة للقطاع بما فيها:

¹ الهيئة السعودية للسياحة، www.sta.gov.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/11.

✓ اتفاقية تمويل مع مجموعة سيرا لإنشاء وتشغيل "منتجع رغدان السياحي" كأول مشروع

سياحي نوعي بمنطقة الباحة؛

✓ اتفاقية تمويل مع شركة مدينة المعرفة الاقتصادية لإنشاء مشروع ملتقى مدينة المعرفة على

مساحة 68 ألف متر مربع في المدينة المنورة.

3. الهيئة السعودية للسياحة:

تأسست الهيئة لدعم و ترقية قطاع السفر و السياحة بتلبية احتياجات شركات السياحة و كل الشركاء في القطاع.

وتعمل على:

- إبراز المملكة كوجهة سياحية وتسويقها عالميا ومحليا وجذب الزوار إليها وتشجيع السياحة فيها؛
- تطوير الباقات و المنتجات السياحية وتوزيعها وتسويقها بالتعاون مع القطاع الخاص و الإشراف على توزيعها محليا ودوليا؛
- الإشراف على الحملات التسويقية و الترويجية للوجهات السياحية في المملكة؛
- المشاركة في المعارض الدولية داخل وخارج المملكة؛
- قياس محاور تجربة السياح و اقتراح فرص تحسينها للجهات المعنية.

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المملكة العربية السعودية

في هذا المطلب سيتم عرض أهم مؤشرات القطاع السياحي السعودي وذلك لتمكيننا من قياس حجم النشاط السياحي و الوقوف على أهم مرتكزاته.

أولاً: الإنفاق السياحي:

بحسب البيانات الصادرة عن وزارة السياحة لسنة 2020¹، بلغ حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المحلية نحو 43.3 مليار ريال، مقابل 61.2 مليار ريال في عام 2019، مسجلاً بذلك انخفاضاً نسبته 29.2% ويعزى ذلك إلى انخفاض الإنفاق على الرحلات السياحية بسبب التدابير الاحترازية للحد من انتشار فيروس كورونا، إذ انخفض الإنفاق لأغراض دينية بنسبة 55.8%، وأغراض زيارة الأقارب و الأصدقاء بنسبة 29.8%، ولقضاء العطلات بنسبة 20.5%، ولأغراض العمل بنسبة 4.6%، و لأغراض أخرى بنسبة 11.8%.

وفي المقابل، بلغ حجم الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة في عام 2020 نحو 20.1 مليار ريال مقارنة بنحو 103.4 مليار ريال في عام 2019، مسجلاً بذلك انخفاضاً كبيراً نسبته 80.6%، ومرد ذلك إلى انخفاض الإنفاق على الرحلات السياحية بسبب توقف استقبال الزوار بسبب الجائحة، إذ انخفض الإنفاق على الرحلات السياحية للأغراض الدينية بنسبة 83.7%، ولغرض العمل بنسبة 83.4%، وزيادة الأقارب و الأصدقاء بنسبة 68.2%، وكذلك انخفاض الإنفاق لغرض العطلات و التسويق بنسبة 61.7%، و للإغراض الأخرى بنسبة 1.41%، وقد بلغ حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المغادرة في عام 2020 نحو 22 مليار ريال، مقارنة بنحو 68.1 مليار ريال في عام 2019، مسجلاً بذلك انخفاضاً ملحوظاً نسبته 67.7%.

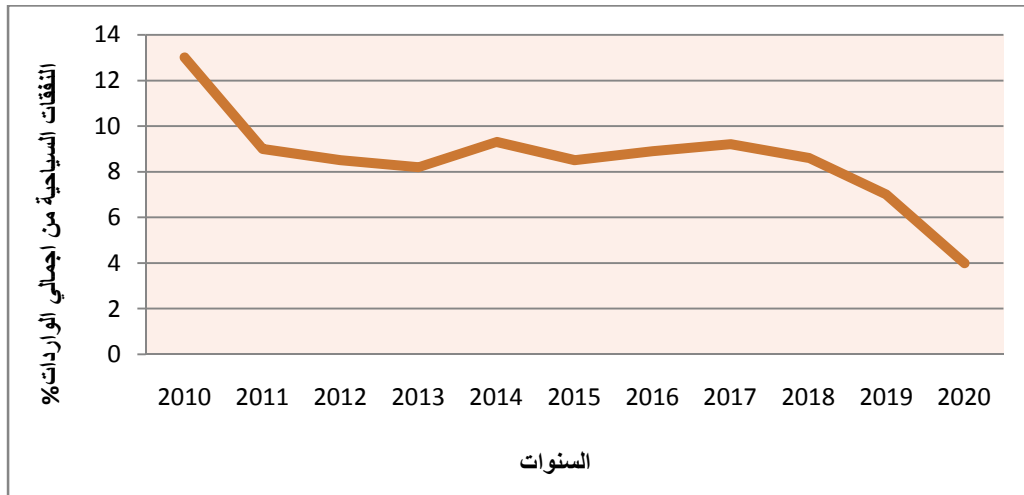
¹ التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 16-07-2022 .

1. نسبة النفقات السياحية من إجمالي الواردات:

بلغت كأعلى نسبة لها سنة 2010 ثم انخفضت 12.70% لغاية سنة 2013 بنسبة 8.10 وأخذت بالزيادة و نقصان ما بين 9.70% و 4.98% كأدنى قيمة سنة 2020 .

الشكل رقم (67): نسبة النفقات السياحية من إجمالي الواردات .



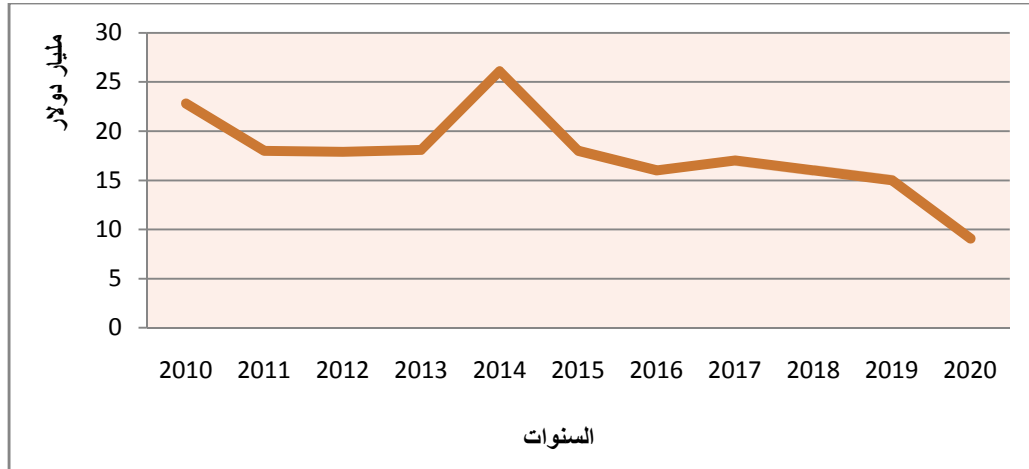
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

2. النفقات السياحية:

من خلال الرسم البياني بالشكل الموالي نجد أن نفقات السياحة الدولية بالمملكة بلغت سنة 2010 ما يقارب 22.8 مليار دولار و انخفضت لتعود للارتفاع سنة 2015 إلى ما يقارب 26.09 مليار دولار نظرا لزيادة عدد السياح الوافدين و المغادرين وهذا ما أدى لزيادة نفقاتهم السياحية.

الشكل رقم (68): النفقات السياحية (2010-2020) .



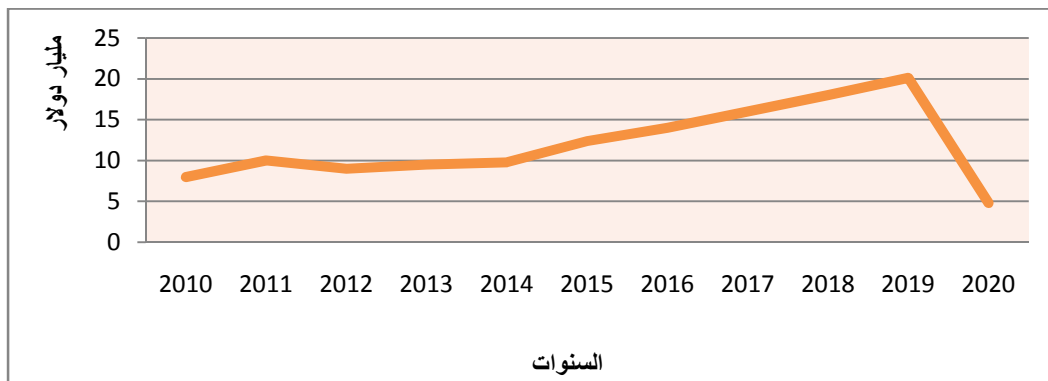
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

ثانيا : الإيرادات السياحية :

تميزت إيرادات السياحة الدولية للمملكة بالتزايد المستمر خلال الفترة (2012-2019) إلى أن بلغت خلال سنة 2019 قيمة 20.1 مليار دولار لتتخفض بشدة مع بداية الوباء وتصل إلى 5.96 مليار دولار أمريكي.

الشكل رقم (69): الإيرادات السياحية (2010-2020).



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

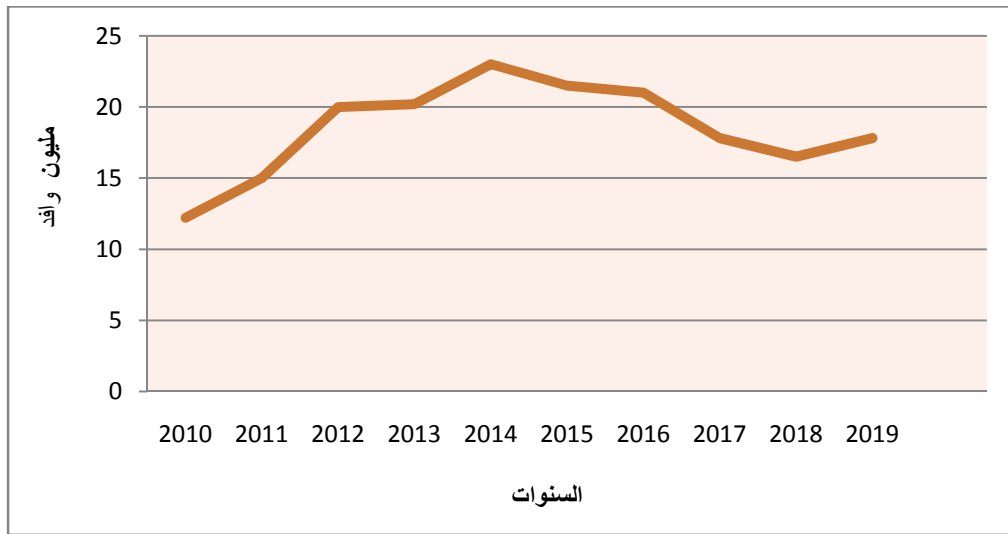
ثالثا: عدد الوافدين و المغادرين:

نجد أن عدد الوافدين أقل من عدد المغادرين للمملكة العربية السعودية، لأن زوار الحج يمثلون النصيب الكبير.

1. عدد الوافدين:

من خلال دراسة الرسم البياني التالي بلغ عدد الوافدين و خلال العشر السنوات الأخيرة بصفة متزايدة أكبر قيمة له في سنة 2014 ب 23.01 مليون وافد ليشهد انخفاضا ويصل إلى 17.8 مليون وافد خلال سنة 2019.

الشكل رقم (70): عدد الوافدين (2010-2019) .



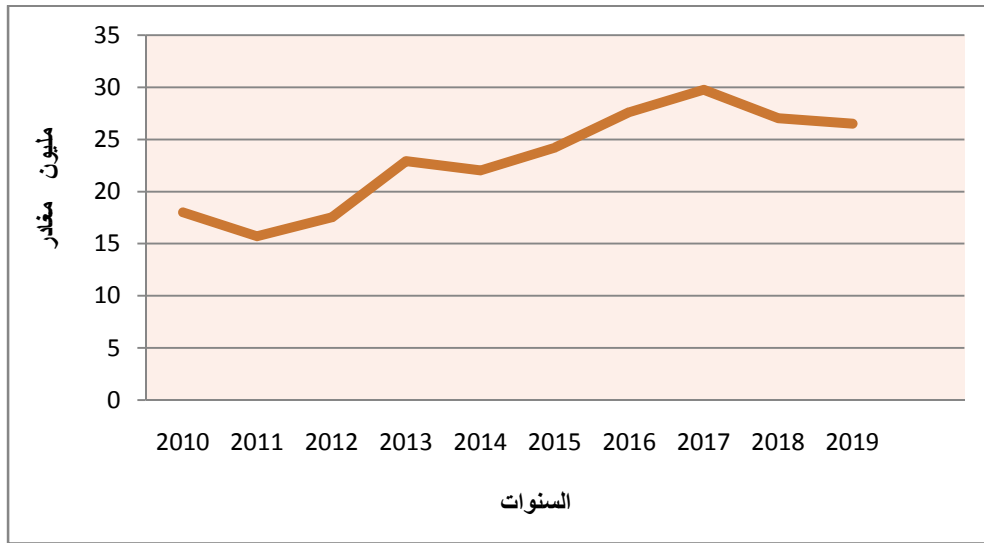
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

2. عدد المغادرين:

تميز عدد المغادرين من المملكة نحو الخارج بالتذبذب المستمر و الزيادة خلال الفترة (2010-2019) و وصل إلى ما يقارب 29.74 مليون سائح مغادر أراضي المملكة سنة 2017 و يعد اكبر عدد مغادرين من أراضي المملكة.

الشكل رقم (71): عدد المغادرين (2010-2019) .



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، تاريخ الاطلاع: 2022-08-28

<https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>

كمخلص لما سبق فان الحركة السياحية بالمملكة حققت نتائج لا بأس بها إلى غاية سنة 2019

و الذي يتضح من خلال الجدول التالي المبين لأهم مؤشرات الحركة السياحية لسنة 2019:

الجدول رقم (46): مؤشرات الحركة السياحية بالمملكة العربية السعودية لسنة 2019

إجمالي الإنفاق السياحي	عدد الليالي السياحية	عدد الرحلات السياحية		إجمالي السياح	السياح والرحلات السياحية
		رحلات المبيت	رحلات اليوم الواحد		
53162627159	248752006	47500463	4583707	52084170	السياحة المحلية
100806082413	188040603	16533058	3196737	19729796	السياحة الوافدة
69997491058	322630200	20608627	7831009	28439636	السياحة المغادرة

المصدر: التقرير السنوي السادس و الخمسون لسنة 2019 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2022/07/12.

رابعاً: البنية الفوقية والتحتية:

نتناول في هذا العنصر من البحث المتاحات المادية من بنية فوقية و فنادق و متاحف و مواقع أثرية.

1. البنية التحتية:

ساهم نشاط النقل و الاتصالات في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة لسنة 2020 بحوالي 6.1 % أي بنحو 153.8 مليار ريال مقارنة بنسبة 6.2 % لسنة 2019¹.

أ. النقل:

سجلت حركة النقل و تشمل المسافرين بين مدن المملكة وبين المملكة و الدول الأخرى بواسطة النقل الجوي، و البري، و البحري، انخفاضاً نسبة 63 % في سنة 2020 بسبب التدابير الاحترازية للجائحة، حيث بلغ عدد الركاب المسافرين نحو 41.3 مليون راكب مقابل 111.6 مليون راكب في سنة 2019.

¹ التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع: <https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2022-07-16 .

وتشير البيانات الصادرة عن وزارة النقل إلى انجاز العديد من المشاريع الحيوية في عام 2020 شملت انجاز 3928 كم من الطريق، منها 193 كم من الطرق الرئيسية و 1870 كم من الطرق الثانوية، و 1865 كم من الطرق الفرعية كذلك يجري تنفيذ عدد من المشاريع بطول 9112 كم وبتكلفة تتجاوز 31.2 مليار ريال.

أما بالنسبة لمشاريع الخطوط الحديدية أشارت البيانات الصادرة عن الهيئة العامة للنقل إلى انه تم البدء بشكل رسمي في تنفيذ أعمال الاتفاقية الإطارية، لتنفيذ شبكة الجسر البري الذي يربط موانئ المملكة على ساحل الخليج العربي بموانئها على ساحل البحر الأحمر على أربع مراحل أساسية، حيث أنجزت المرحلة الأولى، وبدأ العمل بشكل رسمي على المرحلة الثانية و الثالثة، وكذلك اكتمل العمل على التصاميم الأولية لمشروع سكة حديد دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الذي يربط دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ويبلغ طوله حوالي 2117 كم منها نحو 663 كم داخل المملكة بنسبة تشكل 31 % من إجمالي طول الشبكة، وجار العمل على تنفيذ الخط الحديدي الذي يربط بين مدينة رأس الخير ومدينة الجبيل الصناعية ومدينة الدمام البالغ طوله 187 كم، وفيما يخص مشروع الخطوط الجنوبية، تقوم الهيئة العامة للنقل في الوقت الحالي بتحديث الخطة الشاملة للمشروع.

حسب البيانات و المعلومات الصادرة عن الهيئة العامة للطيران المدني بلغ عدد المطارات العامة في المملكة 28 مطارا لسنة 2020، منها سبعة مطارات دولية، وثمانية مطارات إقليمية، وثلاثة عشر مطارا محليا، وتشهد تسعة مطارات داخلية مشاريع توسعية، بالإضافة إلى تطوير بعض الصالات الدولية في مطار الملك خالد الدولي، وبلغ عدد الناقلات الوطنية المرخص لها في العمل في المملكة خمس ناقلات جوية وهي: الخطوط الجوية السعودية، وطيران ناس، و السعودية الخليجية للطيران، ونسما للطيران، وطيران أديل .

ومن خلال الجدولين التاليين نوضح إمكانيات النقل بالمملكة:

جدول رقم (47): حركة نقل المسافرين

2020	2019	
عدد المسافرين (مليون مسافر)	عدد المسافرين (مليون مسافر)	نوع النقل
37.4	103.4	النقل الجوي
3.4	6.9	النقل البري
0.9	1.8	الخطوط الحديدية
2.5	5.1	النقل بين المدن
0.5	1.3	النقل البحري
41.3	111.6	المجموع

المصدر : التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع: 2022-07-16.

والجدول الذي سنقدمه يضم الأجانب القادمون والمغادرون من وإلى المملكة موزعون حسب ميناء الدخول والمغادرة لعام 2019

الجدول رقم (48): الأجانب القادمون والمغادرون من وإلى المملكة موزعون حسب ميناء الدخول والمغادرة لعام 2019.

المغادرون	القادمون	نقل جوي، بحري، يري
المطارات		
9087460	8109869	مطار الملك عبد العزيز
3987243	3916079	مطار الملك خالد الدولي
1573982	2300356	مطار الأمير محمد
1822510	1767124	مطار الملك فهد الدولي
194010	179269	مطار الملك نايف بن عبد العزيز

156212	151006	مطار أبيها
130890	134965	مطار الطائف
87391	89225	مطار الأمير عبد المحسن بينبع
62274	55524	مطار جازان
56092	53559	مطار حائل
50366	46749	مطار تبوك
41695	37181	مطار الجوف
10645	10541	مطار نجران
4087	4002	مطار شرورة الإقليمي
2521	2593	قاعدة الملك خالد عسير
2721	2583	مطار الهفوف
2321	2306	قاعدة الرياض الجوية
1520	1319	مطار الأمير عبد المجيد بالعلا
274	1197	قاعد الأمير سلطان الجوية - الخرج
1144	990	قاعدة الملك عبد العزيز بالظهران
305	519	قاعدة الملك فيصل الجوية
278	257	مطار نيوم-شرما تبوك
180	201	مطار الوجه
60	28	مطار عرعار
4	3	مطار القيصومة
17276185	16867444	المجموع
الموانئ البحرية		
204835	246439	ميناء جدة الاسلامي
150103	173580	ميناء ضباء
6413	7203	ميناء جازان
4319	6072	ميناء رأس تنورة
2597	2956	ميناء الجبيل التجاري
5852	5726	ميناء ينبع التجاري

1236	1472	ميناء الملك فهد الصناعي بينبع
985	1214	ميناء الملك عبد العزيز بالدمام
262	289	ميناء الملك عبد الله رابغ
101	126	ميناء الخفجي
5	5	ميناء ينبع الصناعي
376708	445082	المجموع
المنافذ البرية		
4511793	4540989	جسر الملك فهد
1828441	1837090	منفذ الخفجي
1087726	1071720	منفذ الوديعة
965648	971830	منفذ بطحاء
884664	876445	منفذ الرقعي
646956	592091	منفذ الحديثة
219877	247621	منفذ حالة عمار
38806	29672	منفذ الدرة
1	735	منفذ الخضراء
43	42	منفذ جديدة عرعر
14	11	منفذ سلوى
10183969	10168446	المجموع
27836862	27480972	المجموع الكلي

المصدر: التقرير السنوي السادس و الخمسون لسنة 2019 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2022/07/11.

ب. الاتصالات وتقنية المعلومات:

تصدرت المملكة خلال عام 2020¹، قائمة دول مجموعة العشرين في مؤشر التنافسية الرقمية و الصادر من المركز الأوروبي للتنافسية الرقمية، حيث حققت المملكة إنجازا هاما في هذا المؤشر من خلال تحقيقها المرتبة الأولى بين دول مجموعة العشرين، متقدمة ب 149 درجة حسب آلية التقييم المستخدمة للمؤشر، وإلى جانب ذلك منحت المملكة جائزة الريادة الحكومية لعام 2020 من الاتحاد الدولي للاتصالات المتقلة، وذلك نظير تبنيها أفضل السياسات و التنظيمات الداعمة للاقتصاد الرقمي، وتحفيز الاستثمار و الإبداع و المساهمة في أهداف التنمية المستدامة، كذلك حققت المملكة المركز الأول عالميا في متوسط سرعة الجيل الخامس، إذ بلغت سرعة الإنترنت للجيل الخامس بنهاية عام 2020 حوالي 315.5 ميجاوات في الثانية.

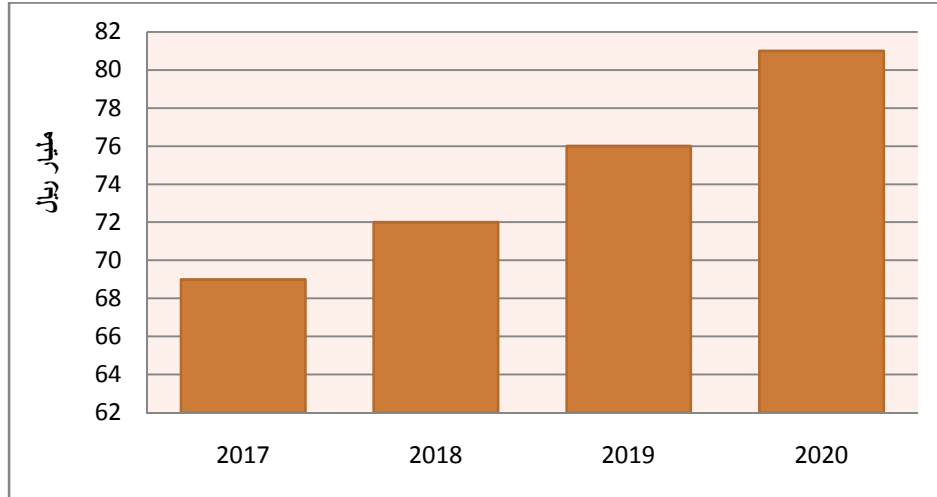
ومن جهة أخرى بلغ عدد الاشتراكات في خدمات النطاق العريض عبر شبكات الاتصالات الثابتة التي تشمل خطوط المشتركين الرقمية (DSL) و التوصيلات اللاسلكية الثابتة، بالإضافة إلى الألياف البصرية و الخطوط السلكية الأخرى حوالي 2.2 مليون اشتراك، بنسبة انتشار على مستوى المساكن تقدر بنحو 35.6 %، علاوة على ذلك ارتفع استخدام البيانات المتنقلة بنسبة 34 %، حيث تجاوز متوسط استهلاك الفرد للبيانات في المملكة المعدل العالمي الذي يقدر بنحو 200 ميجابايت ليصل إلى 920 ميجابايت للفرد، إذ زادت نسبة انتشار الانترنت بين المستخدمين الأفراد في المملكة، لتصل إلى 97.5 % بنهاية عام 2020 مقارنة بنسبة انتشار 95.7 % بنهاية عام 2019 وتصدرت منطقتي القصيم و المنطقة الشرقية مناطق المملكة من حيث نسبة انتشار استخدام الانترنت للأفراد بنسبة 97.4 %، في حين تصدرت منطقة مكة المكرمة مناطق المملكة من حيث انتشار استخدام الانترنت للمنشآت بنسبة وصلت نحو 99.2 %، وزادت نسبة تغطية الانترنت من المناطق المأهولة بالسكان لتصل إلى 99 %، وبذلك تتصدر من المملكة قائمة مجموعة العشرين مع كل من اليابان وكوريا الجنوبية كأقل الدول ذات الفجوات الرقمية بنسبة 1 %، إذ يتراوح المتوسط في دول مجموعة العشرين بين 30 و 40 %.

¹ التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع: 16-07-2022.

كما تشير بيانات القوائم المالية للشركات المدرجة في قطاع الاتصالات إلى تحقيقها إيرادات إجمالية مباشرة من عملياتها في المملكة بلغت نحو 81.3 مليار ريال في عام 2020 بارتفاع نسبته 6% عن سنة 2019 وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (72): إيرادات الشركات المدرجة في قطاع الاتصالات



المصدر: التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2022-07-16.

ت. الفنادق:

تعمل المملكة العربية السعودية على ضرورة الاهتمام بقطاع الضيافة و الفنادق وعلى هيمنه الفنادق الفاخرة في المدن ذات المناسك الدينية ونجد أن الحظيرة الفندقية مقسمة على مدن عديدة تسهل فيها للسائح احتياجاته من الإيواء و الخدمات المرافقة للفندقة و الضيافة.

وقد فتحت مشروع فندقي سياحي ضخم لسنة 2019 بقيمة 7 مليون ريال سعودي¹.

و الجدول التالي يوضح الحظيرة الفندقية للمملكة بحسب المناطق وعدد الغرف و الفنادق بأنواعها

ونجد أن مكة المكرمة تصدر في عدد الفنادق ب 1671 فندق بقدرة استيعاب 303020 غرفة.

¹ التقرير السنوي السابع و الخمسون لسنة 2020 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2022-07-16 .

الجدول رقم(49):الحظيرة الفندقية للمملكة العربية السعودية بحسب المناطق وعدد الغرف و الفنادق

المنطقة	العدد	خمس نجوم	أربع نجوم	ثلاث نجوم	نجمتين	نجمة	المجموع
الرياض	عدد الفنادق	20	42	28	12	8	110
	عدد غرف الفنادق	6095	6260	2643	676	419	16093
مكة المكرمة	عدد الفنادق	68	71	320	198	1014	1671
	عدد غرف الفنادق	35593	26630	76963	32686	131148	303020
المدينة المنورة	عدد الفنادق	24	18	55	64	281	442
	عدد غرف الفنادق	8345	4163	13459	11648	31555	69170
القصيم	عدد الفنادق	2	5	4	3	-	14
	عدد غرف الفنادق	228	513	254	150	-	1145
المنطقة الشرقية	عدد الفنادق	20	29	30	17	14	110
	عدد غرف الفنادق	4607	3714	2851	1030	582	12784
عسير	عدد الفنادق	1	2	4	8	12	27
	عدد غرف الفنادق	130	225	205	420	443	1423
تبوك	عدد الفنادق	-	4	1	9	7	21
	عدد غرف الفنادق	-	302	83	439	196	1020
حائل	عدد الفنادق	1	1	1	2	2	7
	عدد غرف الفنادق	183	136	53	122	71	565
الحدود الشمالية	عدد الفنادق	1	-	1	3	13	18
	عدد غرف الفنادق	79	-	26	150	383	638
جازان	عدد الفنادق	2	4	7	15	28	56
	عدد غرف الفنادق	358	330	371	653	842	2554
نجران	عدد الفنادق	5	7	8	7	7	34

1789	293	276	324	486	410	عدد غرف الفنادق	
11	2	3	2	4	-	عدد الفنادق	الباحة
546	49	94	113	290	-	عدد غرف الفنادق	
8	6	1	-	-	1	عدد الفنادق	الجوف
213	156	14	-	-	43	عدد غرف الفنادق	
2529	1394	342	461	187	145	عدد الفنادق	المجموع
410960	166137	48358	97345	43049	56071	عدد غرف الفنادق	

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء الموقع: www.stats.sa، تاريخ الاطلاع: 2021/07/16

ث. الأماكن الأثرية و المتاحف :

كما سبق وتعرفنا على الحضارات التي مرت بها السعودية و كيف كانت هي مهد للحضارات القديمة وتعدد ثقافتها إذ تملك من المواقع و المتاحف ما يجعل السائح يرغب بالرحلات السياحية

لأهم هذه المواقع حيث لخصنا عدد الزيارات بحسب نوع الموقع الأثري و المتحف في الجدول التالي:

الجدول رقم (50): عدد المتاحف والمواقع الأثرية وعدد الزوار

المتاحف والآثار والتراث والتاريخ		متاحف طبيعية		متاحف خاصة		الأماكن الأثرية والتراثية والتاريخية		
السنة	عددها	الزوار	عددها	الزوار	عددها	الزوار	عددها	
2019	33	1083099	4	3308	195	303162	8499	178020

المصدر: التقرير السنوي السادس و الخمسون لسنة 2019 البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع : 2021/04/22.

المطلب الثالث: الاستثمار في القطاع السياحي و البرامج التمويلية

من خلال دراستنا لأهم المؤشرات الإحصائية والبيانية السابقة بينت تأثير جائحة الكورونا على القطاع السياحي بالمملكة بسبب الإجراءات المصاحبة حيث تميز الصناعة السياحية بالمملكة العربية السعودية لعام 2020 بتغيرات جذرية، فأصبح لزاما على الجهات العاملة في القطاع العمل على استعادة السياحة بالمملكة ما بعد الجائحة.

أولا : حوصلة نشاط القطاع السياحي لسنتي 2020 و 2021:

تشير التقديرات الأولية لعام 2020¹، المستندة على جداول العرض و الاستخدام وجداول الحساب الفرعي للسياحة، إلى أن المساهمة المباشرة للسياحة بلغت 1.7% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2020، وتسبب القيود المفروضة على السفر بوباء كوفيد 19 بشكل مباشر في انخفاض مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بمقدار 2.1 % مقارنة بعام 2019، وقد تأثرت الأنشطة المتعلقة بالسياحة بشدة من جراء الوباء، سيما أنشطة الإقامة للزوار و النقل الجوي و البري للركاب.

أوضحت بيانات وزارة الموارد البشرية و التنمية الاجتماعية، و الخطوط الجوية العربية السعودية أن عدد المنشآت في الأنشطة المميزة للسياحة بلغ 81859 منشأة خلال عام 2020، كما ساهم نشاط تقديم الطعام و الشراب (59683 منشأة)، ونشاط الإقامة للزوار (8393 منشأة) بما نسبته 83.2% من إجمالي المنشآت السياحية.

أما عدد المشتغلين بالأنشطة السياحية فقد بلغ 679539 مشتغل خلال عام 2020، حيث مثل المشتغلين في نشاط الإقامة للزوار (93720 مشتغل) و أنشطة تقديم الأطعمة و المشروبات (451999 مشتغل) و بنسبة 80.3 % من إجمالي المشتغلين في الأنشطة السياحية،

و بلغ إجمالي تعويضات المشتغلين بالأنشطة السياحية بنحو 25904 مليون ريال سعودي حيث ساهم نشاط تقديم الطعام و الشراب بنحو 8967 مليون ريال سعودي ونشاط الإقامة للزوار بنحو

¹ الهيئة العامة للإحصاء ، المؤشرات الإحصائية السياحية لسنة 2020 الموقع: www.stats.sa

تاريخ الاطلاع : 2022/07/16.

4232 مليون ريال سعودي ونشاط النقل البري للركاب بنحو 4.090 مليون ريال سعودي أما إجمالي الإيرادات التشغيلية في الأنشطة السياحية بنحو 124932 مليون ريال سعودي بنسبة انخفاض بلغت 36.8% عن عام 2019 حيث انخفضت الإيرادات التشغيلية لنشاط النقل الجوي للركاب انخفاضا شديدا بما نسبته 59.7%، وكذلك انخفضت الإيرادات التشغيلية لنشاط الإقامة للزوار بنسبة 50.5% بينما انخفضت الإيرادات التشغيلية لنشاط تقديم الطعام و الشراب بنسبة 20.4% عنها في عام 2019، وهذا بسبب تأثير جائحة كورونا.

و بالنسبة لإجمالي النفقات التشغيلية في الأنشطة السياحية قدر بنحو 58384 مليون ريال سعودي بنسبة انخفاض بلغت 44.3% عن عام 2019، كما انخفضت النفقات التشغيلية لنشاط الإقامة للزوار بنسبة 60.6% وكذلك انخفضت النفقات التشغيلية لنشاط النقل الجوي الركاب بنسبة 61% بينما انخفضت النفقات التشغيلية لنشاط تقديم الطعام و الشراب بنسبة 33.4% عنها في عام 2019، ويرجع ذلك إلى تأثير جائحة كورونا على هذه الأنشطة.

فالقيمة المضافة الإجمالية المباشرة للسياحة بلغت 41811 مليون ريال سعودي خلال عام 2020، حيث قدرت القيمة المضافة الإجمالية المباشرة للأنشطة السياحية بنحو 27820 مليون ريال سعودي أي بنسبة 62.1% بينما ساهمت الأنشطة الأخرى بما مقداره 13990 مليون ريال سعودي، نلخص كل ما ذكرناه من خلال الجدول و الأشكال البيانية التالية:

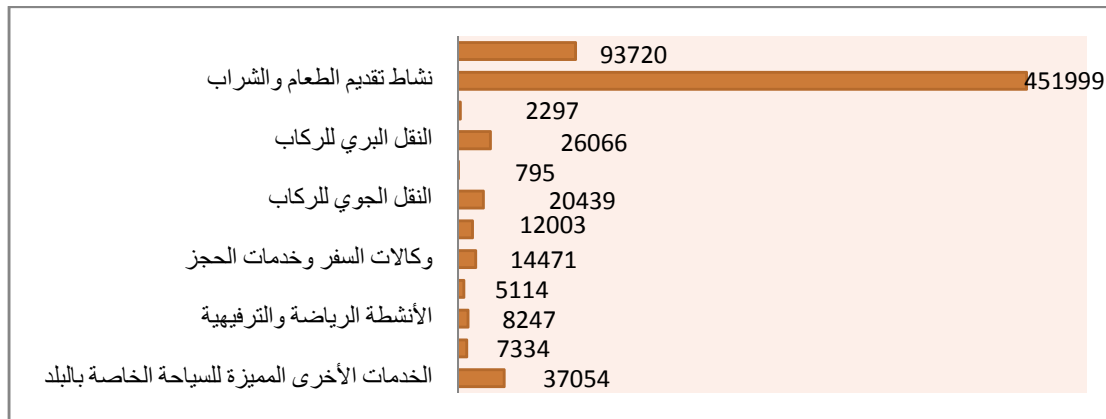
الجدول رقم(51): أهم مؤشرات قطاع السياحة 2020

2020	2019	المؤشر
81859	73505	إجمالي عدد المنشآت في الأنشطة المميزة للسياحة
679539	571152	إجمالي عدد المشتغلين في الأنشطة المميزة للسياحة
25904	26811	إجمالي تعويضات المشتريين في الأنشطة المميزة للسياحة بالأسعار الأساسية (م ر س)
124932	197856	إجمالي إيرادات التشغيل في الأنشطة المميزة للسياحة بالأسعار الأساسية (م ر س)
58384	104797	إجمالي النفقات التشغيلية في الأنشطة المميزة للسياحة بأسعار الشراء (م ر س)
40644	66248	إجمالي فائض التشغيل في الأنشطة المميزة للسياحة بالأسعار الأساسية (م ر س)
72966	200463	حصة السياحة من ناتج المنتجين المحليين في الأسعار الأساسية (م ر س)
31155	90015	الاستهلاك الوسيط المنسوب للسياحة بالأسعار الأساسية (م ر س)
41811	110448	القيمة المضافة الإجمالية المباشرة للسياحة بالأسعار الأساسية (م ر س)
2615	3729	الضرائب مخصوم منها الإعانات للمنتجات المنتجة محليا و المستوردة (م ر س)
44426	114177	الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة (م ر س)
1.7	3.8	المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي (%)

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، المؤشرات الإحصائية السياحية لسنة 2020، الموقع:

www.stats.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/16.

الشكل رقم (73): إجمالي عدد المشتغلين حسب الأنشطة المميزة للسياحة لسنة 2020

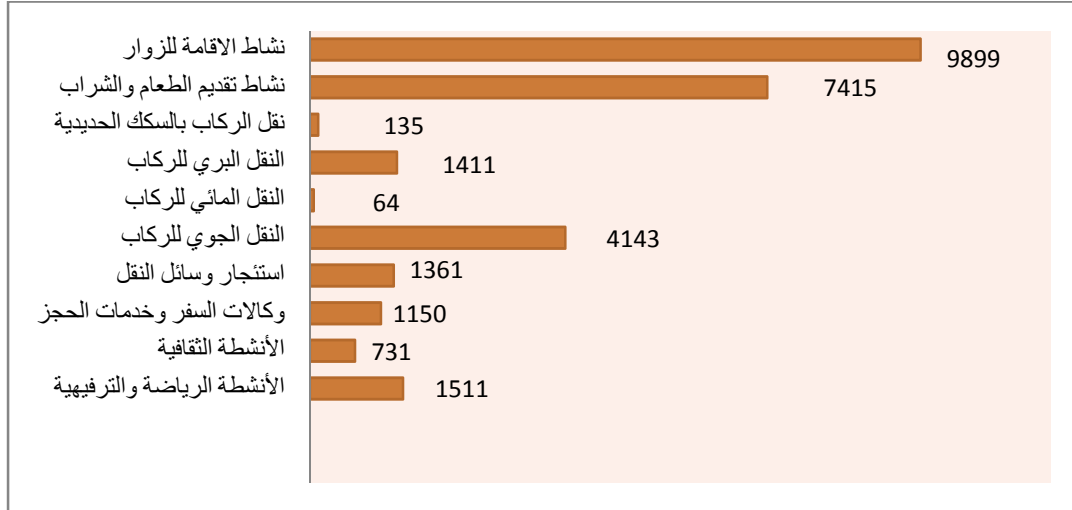


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الهيئة العامة للإحصاء لسنة 2020، الموقع:

www.stats.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/16.

الشكل رقم (74): القيمة المضافة الإجمالية المباشرة للسياحة حسب الأنشطة المميزة للسياحة سنة 2020

الوحدة : مليون ريال سعودي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الهيئة العامة للإحصاء لسنة 2020، الموقع:

www.stats.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/16.

وتحسن نشاط القطاع السياحي بعد رفع الإجراءات المرافقة للأزمة الصحية وبدأت الحياة السياحية في العودة حيث بلغت مؤشرات السياحة في عام 2021، بحسب إحصائيات الهيئة العامة للإحصاء بالمملكة ما يلي:

الجدول رقم (52): مؤشرات السياحة بالمملكة العربية السعودية لسنة 2021

2021	الوحدة	
السياحة الوافدة		
3477	('000)	الرحلات السياحية
31771	('000)	الليالي السياحية
14716	مليون ريال	الإنفاق السياحي
9.1	ليلة	متوسط مدة الإقامة
4232	ريال	متوسط إنفاق السائح على الرحلة
463	ريال	متوسط إنفاق السائح في الليلة

السياحة المحلية		
الرحلات السياحية	(000)	63845
الليالي السياحية	(000)	384043
الإنفاق السياحي	مليون ريال	80902
متوسط مدة الإقامة	ليلة	6.0
متوسط إنفاق السائح على الرحلة	ريال	1267
متوسط إنفاق السائح في الليلة	ريال	211
السياحة الداخلية		
الرحلات السياحية	(000)	67323
الليالي السياحية	(000)	415815
الإنفاق السياحي	مليون ريال	95617
متوسط مدة الإقامة	ليلة	6.2
متوسط إنفاق السائح على الرحلة	ريال	1420
متوسط إنفاق السائح في الليلة	ريال	230
السياحة المغادرة		
الرحلات السياحية	(000)	8415
الليالي السياحية	(000)	122875
الإنفاق السياحي	مليون ريال	51545
متوسط مدة الإقامة	ليلة	14.6
متوسط إنفاق السائح على الرحلة	ريال	6125
متوسط إنفاق السائح في الليلة	ريال	419

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الهيئة العامة للإحصاء لسنة 2021، الموقع:

www.stats.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/16.

ثانيا: الاستثمار السياحي:

الاستثمار في السياحة أحد ركائز رؤية المملكة 2030، ودليل على عزمها المضي قدما لتحقيق طموحاتها وأهدافها¹:

- يساهم في توليد الفرص الاستثمارية المجدية للمستثمرين بالداخل و الخارج.
- السياحة ليست مجرد محرك لنمو الاقتصاد فحسب، بل جسر للتوصيل الثقافي مع العالم وزيادة مستوى التفاهم و الاحترام المشترك.
- السياحة هي واحدة من أسرع القطاعات نموا في العالم، وخلال السنوات الثمانية الأخيرة، توسع القطاع السياحي بمعدل يفوق المتوسط العالمي.
- وفقا للمجلس العالمي للسفر و السياحة، يساهم القطاع بما يقدر بنحو 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي.
- من المتوقع نمو القطاع السياحي بنسبة 3.7 % بحلول العام 2029، ستسهم بما يزيد عن 13 مليار دولار في الاقتصاد العالمي، تعادل 11.5 % من الناتج المحلي العالمي.
- يدعم القطاع السياحي 319 مليون وظيفة على مستوى العالم حوالي واحدة من كل عشر وظائف حول العالم، و مسؤول عن خلق وظيفة مقابل كل خمسة وظائف يتم توفيرها حول العالم في السنوات الخمس الأخيرة.

1- المشاريع الاستثمارية:

ركزت المملكة العربية السعودية جهودها حول منح المشاريع السياحية بحسب نوعها وفق رؤية 2030 للمملكة على النحو المبين في الجدول التالي :

¹ الموقع الرسمي للهيئة السعودية للسياحة <https://www.sta.gov.sa> ، تاريخ الاطلاع 2022/7/22.

الجدول رقم (53): مشاريع القطاع السياحي بالمملكة بحسب المناطق و نوع المنشآت لسنة 2021

المنطقة	النشاط الاقتصادي	عدد المنشآت متناهية الصغر	عدد المنشآت الصغيرة	عدد المنشآت المتوسطة	عدد المنشآت الكبيرة	إجمالي عدد المنشآت
المنطقة الشرقية		74	34	6	0	114
محافظة الجبيل		5	3	0	0	8
محافظة الخرج		5	1	0	0	6
محافظة الطائف		16	3	0	0	19
محافظة بيشة	ووكالات السفر	1	0	0	0	1
محافظة حفر الباطن	ومشغلو	2	3	0	0	5
محافظة ينبع	الجولات	6	1	0	0	7
مكة المكرمة	السياحية	105	41	4	0	150
منطقة الباحة	وخدمات الحجز	2	0	0	0	2
منطقة الجوف	والأنشطة	6	3	0	0	9
منطقة الحدود الشمالية	المتصلة	1	2	0	0	3
منطقة الرياض	بالصناعة	223	103	15	5	346
منطقة المدينة المنورة	السياحية	65	13	1	0	79
منطقة تبوك		21	5	0	0	26
منطقة جازان		17	2	0	0	19
منطقة حائل		8	1	0	0	9
محافظة الأحساء		19	4	0	0	23
محافظة الدوادمي		2	0	0	0	2
منطقة عسير		19	5	0	0	24
منطقة نجران		6	2	0	0	8
منطقة جدة		160	87	7	0	254
المجموع	-	763	313	33	5	1114

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الهيئة العامة للإحصاء لسنة 2021، الموقع:

www.stats.sa تاريخ الاطلاع : 2022/07/11.

من خلال الجدول السابق نجد أن عدد المنشآت متناهية الصغر هي الحصة الأكبر في المشاريع المفتوحة لسنة 2021 بعدد إجمالي قدر ب 763 منشأة لكل المناطق ومنطقة الرياض هي العدد الأكبر بين كل المناطق ب 223 منشأة (وفي الأنواع الأخرى كذلك الذي وصل إلى 346 منشأة) ثم تليها جدة ب 160 منشأة في المشاريع المتناهية الصغر وإجمالي المشاريع المفتوحة الذي بلغ 1114 منشأة بكل المناطق.

2- استشراف السياحة السعودية:

يعد القطاع السياحي أحد أهم ركائز تحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030 من أجل التنويع الاقتصادي السعودي وخفض التوجه نحو اقتصاد المحروقات ومستهدفات القطاع ورؤيته المستقبلية بحيث تسعى السعودية جاهدة على زيادة مساهمة قطاع السياحة في الناتج الوطني، و الذي استقطب استثمارات بلغت 115 مليار ريال من وقت إطلاق التأشيرات السياحية، ومن المتوقع عام 2030 استقبال 100 مليون زيارة سنويا لتكوين المملكة وفق رؤية 2030 ضمن أكثر خمس دول استقبالا للسياح، إذ تعمل الآن على زيادة القدرة الاستيعابية لمطاراتها إلى 150 مليون راكب سنويا، كما تعمل على تطوير كل مجالات الصناعة السياحية بمدينة الرياض باعتبارها أكثر الوجهات جذبا للسياح، إضافة لعدد من المشاريع السياحية الثقافية قرب القدية، ومدينة نيوم كوجهات سياحية جديدة مثلما أنشأت مدينة المستقبل الترفيهية في محيط البحر الأحمر، ويتوقع أن تشهد أعداد الغرف الفندقية زيادة قدرها 500 ألف غرفة إضافية و أصبحت السياحة تلقى دعما متزايدا من الحكومة السعودية التي تعمل حاليا على تنفيذ عمليات تطوير شاملة لمنظومة القطاع السياحي، تشمل عددا من المشاريع الكبرى وتحديث وتطوير البنية التحتية، وتأهيل المواقع السياحية و التراثية، والارتقاء بقطاع الإيواء ووكالات السفر و الخدمات السياحية، وتطوير الأنشطة و الفعاليات في المواقع السياحية، فضلا عن تنمية الموارد البشرية السياحية، وتسعى هيئة السياحة لاستكمال مهمتها نحو تحويل السياحة إلى قطاع اقتصادي يساهم بفعالية متزايدة في الناتج القومي الإجمالي ودعم

الاقتصاد الوطني بعائدات تصل إلى أكثر 10%، وتوفير ما يصل إلى 1.6 مليون وظيفة في عام 2030.¹

و الجدول الموالي نلخص رؤية المملكة العربية السعودية للقطاع السعودي:

الجدول رقم (54): استشراف مؤشرات أداء القطاع السياحي السعودي 2030.

السنة	المساهمة في الناتج	وظيفة مستحدثة	سياحة محلية	سياحة دولية	مجموع الزيارات
2022	5.3 %	836 ألف	32.5 مليون	29.5 مليون	62 مليون
2030	10+ %	1.6 مليون	45 مليون	55 مليون	100 مليون

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات الهيئة السعودية للسياحة، الموقع: www.sta.gov.sa تاريخ الاطلاع : 2022/10/22 .

ثالثا: البرامج التمويلية للقطاع السياحي:

تعمل المملكة العربية السعودية من خلال صندوق التنمية السياحي أحد أهم هيئات السياحة في المملكة (سبق و بينا دوره في القطاع السياحي) على تطوير المنتجات التمويلية للقطاع السياحي حيث تم طرح برنامج مختلفين² :

1. برنامج عون للسياحة:

أطلق صندوق التنمية السياحي لهذه السنة برنامج-عون السياحة-لتقديم الدعم للمنشآت السياحية متناهية الصغر و الصغيرة لتعزيز نمو و إثراء تجاربها لتقديم خدمات أفضل لسائحين في الوجهات السياحية التي حددتها الإستراتيجية الوطنية للسياحة، وبما يعزز مكانة المملكة كوجهة عالمية قادمة في قطاع السياحة، فالبرنامج فرصة نوعية للمنشآت متناهية الصغر و الصغيرة لتقديم تجارب سياحية نوعية ومختلفة، بما يسهم في تحقيق أهدافها وطموحاتها وبما ينعكس على إثراء

¹ الهيئة السعودية للسياحة، الموقع : www.sta.gov.sa تاريخ الاطلاع : 2022-10-22.

² صندوق التنمية السياحي ، الموقع : <https://www.tdf.gov.sa> تاريخ الاطلاع : 2022-08-24 .

تجربة السائح في الوجهات السياحية المستهدفة، وتحقيق التنمية السياحية و الاقتصادية المستدامة، حيث يضع البرنامج حلاً تمويلية مرنة يستهدف من خلالها دعم أكثر من 2000 منشأة بمخصصات تصل إلى 500 مليون ريال سعودي، مع قبول طلبات التمويل مستوفية الشروط، و الذي يصل إلى مليون ريال للمنشأة الواحدة ويمتد حتى ثلاث سنوات من إطلاق المنشآت الجديدة أو قائمة بمقومات سياحية طموحة تقدم تجارب فريد من نوعها.

كما يحتضن البرنامج مشاريع منظمي الرحلات و الجولات السياحية و الأنشطة السياحية و المرشدين السياحيين، ووكلاء السفر ومنظمي الفعاليات، إضافة إلى مقدمي المنتجات السياحية الثقافية جاء هذا ضمن سلسلة البرامج التي يقدمها الصندوق لتلك المنشآت، لمنحها مزيداً من الفرص التي تحفزها على ابتكار تجارب سياحية نوعية جديدة، بما يسهم في تمكينها على تقديم المزيد من التجارب المستدامة التي تدعم منظومة الاستثمار السياحي و تثرى تجربة السائح بالمملكة.

حيث أن نسبة تغطية تمويل المشروع في صندوق التنمية السياحي تصل إلى 70% دون اشتراط تقديم ضمانات، كما يقدم الصندوق تمويلاً مدته سنتان قابلاً للتديد، بالإضافة إلى حزمة من البرامج الأخرى ضمن إستراتيجية الصندوق لدعم المنشآت متناهية الصغر و الصغيرة التي تحقق أهداف تعزيز ازدهار القطاع السياحي وتمكينه، وتنوع تجاربه، ودعم الابتكار المتجدد الذي يصنعه هذا القطاع.

2. برنامج التمويل السياحي:

عقد صندوق التنمية السياحي بمقره بالرياض اتفاقية تمويل مع البنك العربي الوطني تحت مسمى - برنامج التمويل السياحي- و المصمم لتوفير أفضل الحلول المميزة و المنتجات التمويلية الميسرة للمنشآت الصغيرة ومتناهية الصغر، وذلك من اجل تمكينهم من الاستفادة من الفرص الواعدة بمختلف مجالات السياحة.

جاء هذا في إطار جهود الصندوق لتعزيز الفرص السياحية في الوجهات الرئيسية التي حددتها الإستراتيجية الوطنية للسياحة، وتعظيم الأثر المجتمعي للمشاريع السياحية التنموية في المملكة .

أ. مميزات البرنامج:

يعد برنامج التمويل السياحي برنامجاً تمويلياً فريداً من نوعه في المنطقة، إذ يوفر حلولاً تمويلية ملائمة بإجراءات سهلة، ومن أهم مميزاته إمكانية تقديم نماذج طلبات التمويل إلكترونياً، وفتح حساب إلكتروني خلال 10 دقائق، وإصدار موافقة مبدئية على القرض خلال 48 ساعة، كما تلبي شروط التمويل مختلف احتياجات المستثمرين، إذ يبلغ الحد الأدنى للتمويل 50 ألف ريال سعودي، وبتد أقصى 3 ملايين ريال، مع فترة سداد مرنة تصل إلى 5 سنوات وفترة سماح للسداد تصل إلى 6 أشهر.

ويسعى الصندوق من خلال دعم أصحاب المنشآت ذات العلاقة بالنشاط السياحي وتمكينهم من تحقيق طموحاتهم في قطاع السياحة إلى دفع عجلة نمو السياحة و إثراء التجارب المقدمة في القطاع السياحي وتعزيز العروض السياحية في الوجهات الرئيسية، حيث يوفر البرنامج الجديد حلولاً تمويلية مناسبة تشجعهم على توسعة أعمالهم في مختلف المجالات السياحية وخاصة الوجهات و المعالم السياحية، و الفنادق و الإقامة، و المطاعم و المقاهي، وخدمات السفر و السياحة، و التجارب و الأنشطة السياحية و التسوق السياحي.

ب. الهدف من البرنامج:

- دعم توسعات المنشآت السياحية الصغيرة ومنتاهية الصغر عن طريق تقديم الحلول التمويلية ؛

- دفع عجلة نمو السياحة وتوسيع القطاع بتفعيل الوجهات السياحية؛

- إثراء التجارب المقدمة في القطاع السياحي؛

- تأكيد أهمية المنشآت السياحية ودورها في تنمية القطاع.

ت. خيارات البرنامج:

- الحد الأدنى من التمويل هو 50 ألف ريال سعودي؛

- الحد الأقصى من التمويل هو 3 مليون ريال؛

- فترة السداد تصل إلى 5 سنوات، مع فترة سماح تصل إلى 6 أشهر؛

- هامش ربح تنافسي.

3- تطبيقات البطاقات الائتمانية للدفع:

أ. التعريف بها :

بطاقات يسهل على الزائر أو السائح استخدامها في تسهيل مشتريات ودفع الأفراد لمختلف التزاماتهم حتى مع الفنادق ونذكر بهذا الصدد بطاقات البنك السعودي للاستثمار حيث صممت لتتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية ولتتناسب مع أسلوب الحياة والتطلعات وذلك من خلال مجموعة واسعة من المميزات و المكافآت التي يتم تطويرها باستمرار وتشمل¹ : بطاقة فيزا البلاتينية، بطاقة فيزا سيغنشر، وبطاقة الاسترداد النقدي البلاتينية الائتمانية أما بطاقة التقسيط فقد وضعت ضمن برنامج التقسيط الميسر دون هامش ربح.

ب- برنامج التقسيط الميسر - دون هامش ربح:-

وضع بنك الاستثمار السعودي برنامج يمكن الأفراد من تقسيط المشتريات (1000 ريال أو أكثر) بدون هامش ربح على أقساط شهرية مريحة ومتساوية (حتى 12 شهر) لدى مجموعة مختارة من المتاجر، و جهات متعاقدة ذات البنك.

ويساعد البرنامج في²:

- إدارة المصاريف الضخمة غير المتوقعة .

- إمكانية تسديد المشتريات بأقساط شهرية متساوية بدون هامش ربح.

- فترات سداد مرنة (3 و 6 و 9 و 12 شهرا).

- السماح بتحويل عمليات متعددة إلى برنامج التقسيط الميسر.

¹ بنك الاستثمار السعودي ، الموقع: <https://www.saib.com.sa> ، تاريخ الاطلاع: 2022/07/21 .

² بنك الاستثمار السعودي ، الموقع: <https://www.saib.com.sa> ، تاريخ الاطلاع: 2022/07/21 .

-الحصول على نقاط المكافآت على العمليات التي يتم تقسيطها.

ومن متطلبات البرنامج:

- أن يكون الحد الأدنى لمبلغ الشراء هو 1000 ريال سعودي (الحد الأقصى هو 90% من الحد الائتماني للبطاقة الائتمانية).

- عند الوصول لشباك الدفع، اختر خيار تقسيط المشتريات أو الالتزامات كالفواتير وحدد برنامج التقسيط الميسر.

و بالتالي يساعدك البرنامج بشكل أساسي في توحيد المستحقات واختصارها في كشف شهري موحد وسداد شهري موحد بدلا من تشتيت انتباهك بسداد عدة بطاقات ومراجعة عدة كشوفات (أي سداد الحد الأدنى لبطاقة واحدة بدلا من السداد لكل بطاقة)، فبذلك تكسب الوقت و الجهد والتحكم بشكل أكبر بالرصيد الائتماني.

ومن المزايا المقدمة بالبرنامج:

- هامش ربح تنافسي؛

- حد سداد أدنى موحد لكل البطاقات (5%) شامل الأقساط؛

- سداد رقمي بخصم الأقساط الشهرية؛

- أقساط شهرية مريحة و مرنة (حتى 12 شهرا)؛

- إتاحة خيار السداد المبكر؛

ت- مخاطر البطاقات الائتمانية:

في حال عدم استيفاء حامل البطاقة لشروط و أحكام البطاقات الائتمانية، يحق للبنك اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تتضمن عواقب محتملة على حامل البطاقة.

فعدم الالتزام بالشروط و الأحكام سيؤدي إلي:

- إيقاف /إلغاء البطاقة الرئيسية و الإضافية بدون إشعار من البنك.
 - تأثير سلبي على السجل الائتماني لحامل البطاقة (فيما يخص الجدارة الائتمانية) وتأثير سلبي على إمكانية الاستفادة من الخدمات الائتمانية لاحقاً.
 - استخدام كافة الحقوق الشرعية والقانونية المكفولة في نظام البنك ومنها اللجوء للجهات القضائية المختصة للمطالبة بسداد المبالغ المستحقة .
 - زيادة / تراكم الأعباء المالية الناتجة من الرسوم وهوامش الربح في حال عدم سداد الحد الأدنى شهرياً.
 - خسائر مالية في حال عدم إبلاغ البنك عن فقدان أو سرقة البطاقة.
- من خلال المؤشرات الإحصائية السابقة لواقع السياحة السعودية، و التي يتضح جلياً السعي و الجهودات المبذولة من المنظومة السياحية السعودية نحو تحقيق نمو في القطاع ورغم تميز المملكة بتصدر السياحة الدينية الموافقة لأداء مناسب الحج و العمرة الأمر الذي زاد من حجم الاتفاق السياحي وعدد الوافدين لأراضي المملكة وكذا تركيزها على البنية التحتية ومد شبكة النقل بمختلف أنواعه وتسهيلات التأشيرة السياحية من جهة.
- و من جهة أخرى الفجوة التي خلفتها سنة 2020 و الإجراءات المرافقة للوباء العالمي، لم تبقى المملكة العربية السعودية مكتوفة الأيدي بل كثفت جهودها نحو تسريع وتدارك التوقف الفجائي للقطاع الذي شلت حركته وتناقصت بشكل جد ملحوظ، فعلى ضوء هذه الخلفية فقد تم مواجهة التحدي و الاعتماد على عدة تمويلات استثمارية للقطاع وركزت الجهود نحو الالتفات لدور الاتصالات و المصارف لترقية القطاع السياحي فتم إطلاق ابتكارات تمويلية وتطبيقات خاصة بالهواتف الذكية لتسهيل ربط الجهات التمويلية مع النشاط السياحي، دون أن تنسى الدور الكبير لصندوق التنمية السياحي وما قدمه لترقية الصناعة السياحية بالمملكة.

المبحث الثاني: دور البنوك الإسلامية بالمملكة العربية السعودية في ترقية الصناعة السياحية - دراسة مصرف الراجحي نموذجاً -

يعد مصرف الراجحي أحد المصارف الإسلامية العاملة في المملكة والذي يقوم بمزاولة الأنشطة المصرفية والاستثمارية لحسابه أو لحساب العملاء داخل وخارج المملكة (بفروعه المنتشرة خارج المملكة) ويتميز بتقديمه لتمويلات متعددة و بابتكارات جديدة وخبرة تجاوزت 60 عاما في المجال المصرفي إلى جانب أعمال تجارية مختلفة.

حيث تم اختيار مصرف الراجحي كنموذج لدراسة دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي السعودي لتوسع نشاطاته ومركزه في الجهاز المصرفي بالمملكة وكذا اعتماده لآلية البيع بالتقسيط وفق ما تبينه قوائمه المالية، و تمويلاته الموسعة لترقية الصناعة السياحية.

المطلب الأول: نبذة عامة عن مصرف الراجحي

نستعرض ضمن هذا المطلب أهم المحطات التي تميز بها بنك الراجحي منذ تأسيسه إلى غاية تطور نشاطه، ونركز على السنوات الأخيرة من الأعمال المقدمة والتي جعلت له مكانة في القطاع المصرفي بالمملكة العربية السعودية.

ومن أهم المحطات التاريخية لنشاط مصرف الراجحي ¹:

أولاً: التأسيس والعمل:

مصرف الراجحي هو مصرف إسلامي سعودي، تأسس عام 1957 ويعد أحد الشركات المصرفية الكبرى للمساهمة إذ يبلغ رأس مالها 40 مليار ريال سعودي ويحكم المصرف في تعاملاته المصرفية والاستثمارية أحكام وضوابط الشريعة الإسلامية، قام بتأسيسها الأخوة صالح وعبد الله وسليمان ومحمد أبناء عبد العزيز الراجحي.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي : www.alrajhibank.com.sa

ومن خلال بطاقة المعلومات التالية نتعرف أكثر على البنك¹:

الجدول رقم (55): بطاقة معلومات بنك الراجحي

التعيين	المعلومات العامة
الجنسية	السعودية
التأسيس	1957، منذ 65 سنة
النوع	شركة مساهمة سعودية
الشكل القانوني	شركة مساهمة - شركة عمومية محدودة
المقر الرئيسي	شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، 8467 طريق الملك فهد، حي المروج، وحدة رقم (1)، الرياض، 122630-2743، السعودية
المنظومة الاقتصادية	
الشركات التابعة	شركة الراجحي للتطوير (السعودية) شركة الراجحي المحدودة (ماليزيا) بنك الراجحي (الكويت) بنك الراجحي (الأردن) شركة الراجحي المالية (السعودية) شركة وكالة تكافل الراجحي (السعودية) شركة الراجحي للخدمات الإدارية (السعودية) شركة إيمان للتمويل (السعودية) شركة توثيق (السعودية) الراجحي للأسواق المالية المحدودة
الخدمات	خدمات مصرفية، الخدمات المالية
الصناعة	مصرف إسلامي

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي : www.alrajhibank.com.sa .

المنتجات	الخدمات المصرفية للأفراد الخدمات المصرفية للشركات التأمين الخدمات المصرفية الاستثمارية القرض العقاري إدارة الثروات بطاقات الائتمان
مناطق الخدمة	السعودية الكويت ماليزيا الأردن
الإيرادات والعائدات	
العائدات	48554 بليون ريال سعودي (2020)
الدخل التشغيلي	20.7 مليار ريال سعودي (2020)
الأصول	469 مليار ريال سعودي (2020)
البورصة	السوق المالية السعودية (1120 رمز التداول)

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

تتمثل أغراض المصرف في مزاولة الأعمال المصرفية والاستثمارية وفقا لعقد تأسيس المصرف ونظامه الأساسي ووفقا لأحكام نظام مراقبة البنوك وقرار مجلس الوزراء رقم 245 مؤرخ في: 23 جوان 1987.

ويقوم المصرف بمزاولة العمليات المصرفية والاستثمارية، داخل المملكة وخارجها. من خلال شبكة فروع عددها 591 فرعا لسنة 2020 (2019: 572 فرع) بما فيها الفروع المتواجدة خارج المملكة،

وبلغ عدد الموظفين 13716 موظفا لسنة 2020 (2019: 13439 موظف) كما قام المصرف بتأسيس بعض الشركات التابعة والذي يملك جميع أو غالبية الحصص فيها كما هو موضح أدناه :

الجدول رقم(56): الشركات التابعة لمصرف الراجحي

طبيعة الشركة	نسبة الملكية		اسم الشركة
	2019%	2020 %	
شركة ذات مسؤولية محدودة مسجلة في المملكة العربية السعودية لدعم التمويل العقاري للمصرف من خلال نقل والاحتفاظ بسندات ملكية العقارات تحت اسمها نيابة عن المصرف . وتحصيل إيرادات بيع بعض الممتلكات التي تباع من قبل المصرف وتقديم خدمات الاستشارات العقارية والهندسة وتقديم خدمة توثيق وتسجيل العقارات والإشراف على تقييم العقارات.	100	100	شركة الراجحي للتطوير -السعودية-
مصرف إسلامي مرخص بموجب قانون الخدمات المالية الإسلامية لعام 2013، يعمل في ماليزيا.	100	100	شركة الراجحي المحدودة - ماليزيا -
شركة مساهمة مغلقة مسجلة في المملكة العربية السعودية تعمل كوكيل رئيسي و/أو لتقديم خدمات لوساطة المالية، والتغطية والإدارة والاستشارات و الترتيبات والحفظ.	100	100	شركة الراجحي المالية - السعودية -
فرع أجنبي مسجل لدى الكويت المركزي	100	100	بنك الراجحي -الكويت-
فرع أجنبي يعمل في الأردنية الهاشمية ويقدم جميع الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية واستيراد وتجارة المعادن الثمينة والأحجار وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية وبموجب القانون المصرفي المعمول به	100	100	بنك الراجحي - الأردن -
شركة ذات مسؤولية محدودة مسجلة في المملكة العربية السعودية تعمل كوكيل لتسيير أنشطة وساطة	99	99	شركة وكالة تكافل الراجحي

التأمين وفقا لاتفاق الوكالة مع شركة الراجحي للتأمين التعاوني			-السعودية-
شركة ذات مسؤولية محدودة مسجلة في المملكة العربية السعودية لتقديم خدمات التوظيف	100	100	شركة الراجحي للخدمات الإدارية - السعودية -
شركة مساهمة مسجلة في المملكة العربية السعودية لتعمل على تقديم التمويل الاستهلاكي المصغر، والتأجير التمويلي وتمويل المشاريع المصغرة والمتوسطة	100	100	شركة إمكان للتمويل - السعودية -
شركة مساهمة مسجلة في المملكة العربية السعودية تقوم بتسجيل عقود التأجير التمويلي لتنظيم بيانات العقود وتنشيط إجراء التقاضي	100	100	شركة توثيق - السعودية -
شركة ذات مسؤولية محدودة مسجلة في جزر خابمان بهدف إدارة المعاملات المتعلقة بالخزينة نيابة عن المصرف	100	100	الراجحي للأسواق المالية المحدودة

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

ثانيا: نشاط المصرف :

يقدم المصرف منتجات مالية مطابقة للشريعة الإسلامية حيث أنه نموذج يحتذى به محليا وإقليميا وعالميا، و يخضع نشاطه للجنة شرعية من خيرة فقهاء وعلماء المملكة وأهم الأنشطة الرئيسية التي يعمل بها المصرف هي تقديم خدمات مصرفية و خدمات مالية (الخدمات المصرفية للأفراد، الخدمات المصرفية للشركات، التأمين، الخدمات المصرفية الاستثمارية، القرض العقاري، إدارة الثروات، بطاقات الائتمان) و تتنوع مصادر التمويل وتتميز بالعصرية ومواكبة التغييرات السريعة، ويهدف تنويع مصادر التمويل لدى المصرف وتقوية أداء الخزينة تم إطلاق عدد من المنتجات والخدمات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، ومن بينها على سبيل المثال الحساب الجديد المدر للأرباح (حصاد) الذي يعد حسابا ادخاريا مبتكرا ومتوافقا مع الشريعة الإسلامية، كما يتسم بالمرونة

ويوفر عوائد مجزية للعملاء، كما أطلق المصرف منتجا جديدا وهو نظام "جولد-وأي" للاستثمار في الذهب لخدمة شريحة واسعة من العملاء، حيث يوفر هذا المنتج للعملاء وسيلة مفيدة للحفاظ على ثرواتهم مع مرور الوقت وهو المطلب الذي يتزايد في الأسواق واللجوء بشكل أكبر إلى المعادن النفيسة لتنويع الأصول وعندما يكون من السهل شراء الذهب وبيعه، فإنه يحظى بشعبية كبيرة باعتباره مستودعا طويل الأجل للقيمة، ويقدم المصرف هذه الميزة لعملائه حيث يمنحهم القدرة على شراء الذهب وتحويله إلى أموال نقدية على الفور¹.

وأما النشاط الأساسي للمصرف ويتمثل في تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية التالية²: العقارات، الاستثمارات العقارية، الممتلكات والمعدات، ودائع العملاء، المخصصات، النقد وما في حكمه، الدفعات المحسوبة على أساس الأسهم، أموال المضاربة، خدمات إدارة الاستثمار.

أما بالنسبة للمنتجات التي يقدمها المصرف هي³:

أ. تمويل المتاجرة :

يمثل عقدا تمويليا يقوم المصرف بموجبه بشراء سلعة أو أصل قصد المتاجرة بها وبيعه للعميل بناء على وعد شراء من العميل بثمان مؤجل أعلى من الثمن النقدي وبالتالي يصبح العميل مدينا للمصرف بمبلغ البيع للفترة المتفق عليها في العقد.

ب. تمويل بيع بالتقسيط :

يمثل عقدا تمويليا يقوم المصرف بموجبه بشراء سلعة أو أصل وبيعه للعميل بناء على وعد شراء من العميل بثمان مؤجل أعلى من الثمن النقدي وبالتالي يصبح العميل مدين للمصرف بمبلغ البيع الذي سيتم دفعه على أقساط كما هو متفق عليه في العقد.

¹ التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020 ص 106، الموقع: www.alrajhibank.com.sa.

² التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020 ص 162، ص 163، الموقع: www.alrajhibank.com.sa.

³ التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020 ص 163، الموقع: www.alrajhibank.com.sa.

ت. تمويل استصناع :

يمثل عقدا تمويليا يقوم المصرف بموجبه بالتعاقد لتصنيع سلعة ذات مواصفات محددة معروفة ودقيقة وفقا لطلب العميل، ويصبح العميل مدينا للمصرف مقابل ثمن التصنيع الذي يتضمن التكلفة والربح.

ث. تمويل مرابحة:

يمثل عقدا تمويليا يقوم المصرف بموجبه بشراء سلعة أو أصل وبيعه للعميل بثمان يمثل ثمن الشراء مضافا إليه ربح معروف ومتفق عليه من قبل العميل مما يعني أن العميل على علم بالتكلفة والربح بشكل مفصل.

ومن خلال أنشطة المصرف الرئيسية والمنشورة على الموقع الرسمي في قسم تمويل الأفراد وتمويل الشركات وجدنا أن هذه الصيغ التمويلية تقدم في مشاريع سياحية والتي نتحدث عنها بشكل من التفصيل لاحقا.

ثالثا: الحصة السوقية لمصرف الراجحي خلال 2021:

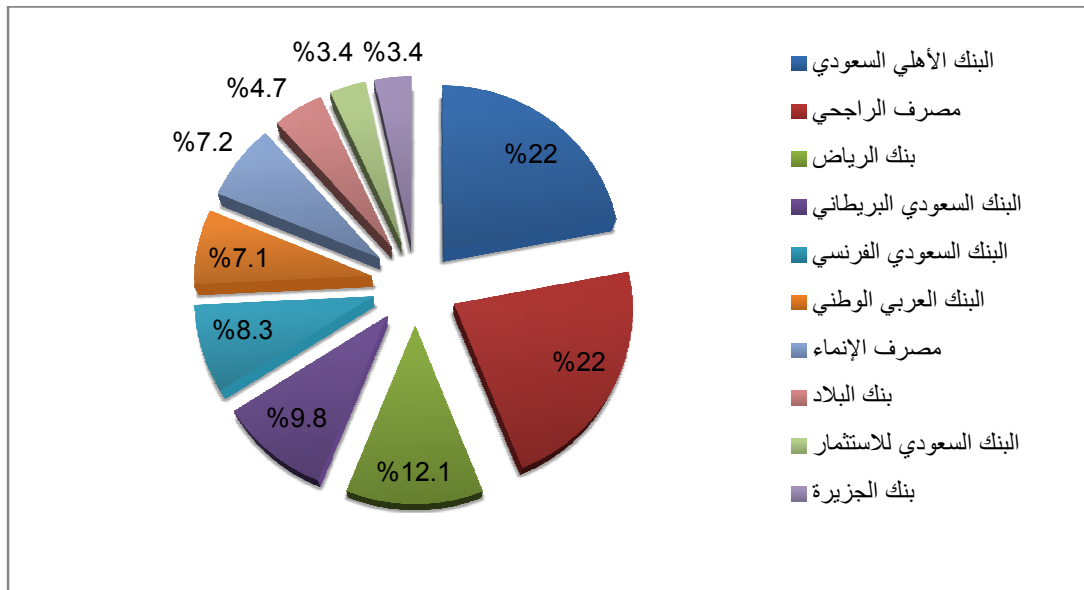
سجل القطاع المصرفي للمملكة معدلات نمو قوية للربع الأول من عام 2021 حيث ارتفعت أصول البنوك التجارية بنسبة 11.4% (ما يعادل 311 مليار ريال سعودي) لتصل إلى 3.035 مليار ريال سعودي في الربع الأول من العام 2021 مقارنة بما قيمته 2.724 مليار ريال سعودي في الربع الأول من عام 2020.

استحوذ البنك الأهلي السعودي على تسمية أكبر البنوك السعودية بأصول تبلغ قيمتها 599.6 مليار ريال سعودي (ما يمثل 22.8% من إجمالي السوق). متبوعا بمصرف الراجحي بحجم أصول بلغت 512.2 مليار ريال سعودي (ما يمثل 20.3% من إجمالي السوق) وبنك الرياض بإجمالي أصول بلغت 308 مليار ريال سعودي (ما يمثل 12.2% من إجمالي السوق)، استحوذت البنوك الخمس الكبرى على 75% تقريبا من إجمالي الأصول المالية للقطاع. يعد مصرف الراجحي وبنك الإنماء وبنك البلاد وبنك الجزيرة بنوكا إسلامية متخصصة في

تقديم منتجات وخدمات مالية متوافقة مع المبادئ الشريعة الإسلامية وشكلت هذه البنوك مجتمعة ما يقارب 34.4% من إجمالي الأصول المصرفية في الربع الأول من عام 2021¹.

أما بالنسبة لبقية البنوك السعودية، فإنها تقدم الخدمات المالية التقليدية بالإضافة لتلك التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية.

الشكل رقم (75): الحصة السوقية للبنوك التجارية حسب القروض الممنوحة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات و معطيات البنك المركزي السعودي، الموقع:

<https://www.sama.gov.sa/ar-sa> تاريخ الاطلاع: 2022-07-16

يظهر لنا من خلال تحليل الحصة السوقية ترتيب بنوك تجارية بارزة من البنوك التي تزاول أعمالها في المملكة حسب القروض المصروفة (عدا البنوك الرقمية) حيث احتل البنك الأهلي السعودي المرتبة الأولى بإجمالي قيمة ائتمانية قدرها 356.8 مليار ريال سعودي، تمثل نسبة 22% وهي نفس النسبة لمصرف الراجحي حيث بلغت القيمة الائتمانية 356.1 مليار ريال سعودي خلال الربع الأول من عام 2021.

¹ البنك المركزي السعودي، الموقع: <https://www.sama.gov.sa/ar-sa>

ثم يأتي كل من بنك الرياض والبنك السعودي البريطاني والبنك الفرنسي بقيمة ائتمانية مقدارها 196.4 ريال سعودي و 156.8 مليار ريال سعودي و 134.1 مليار ريال سعودي على التوالي.

تحصلت البنوك الثمانية الكبرى على ما نسبته 93% من إجمالي القروض الممنوحة حسب إحصائيات الربع الأول من العام 2021.

خلال الفترة من 2015-2018 واجهت البنوك السعودية تحديات اقتصادية بسبب انخفاض أسعار النفط و ذلك مع نهاية العام 2014 والذي شهد انكماش في الإنفاق الحكومي وانخفاض في الطلب من قبل القطاع الخاص. وسجلت البنوك السعودية انخفاضا ملحوظا في مقدراتها الائتمانية حيث قامت العديد من الشركات بصرف النظر عن خططها التوسعية حتى تتعافي أسعار النفط و تزول الضبابية من السوق المصرفي.

و كملخص خمس سنوات لنشاط مصرف الراجحي:

نضع ضمن الجدول التالي أهم المؤشرات الرئيسية من البيانات المالية الموحدة للسنوات إلى غاية

31 ديسمبر من كل سنة:

الجدول رقم (57): المؤشرات الرئيسية للبيانات المالية الموحدة (2016-2020)

2020	2019	2018	2017	2016	السنوات المنتهية في 31 ديسمبر
					نتائج التشغيل للسنة (ألف ريال سعودي)
16,913,017	16,427,723	14,486,985	12,029,417	11,223,087	صافي دخل التمويل والاستثمار
20,721,260	19,484,464	17,319,518	15,904,854	15,341,380	إجمالي الدخل التشغيلي
8,907,641	8,158,106	7,183,616	6,784,128	7,215,420	إجمالي تكاليف التشغيل
10,595,548	10,158,527	3,767,953	9,120,726	8,125,960	صافي الدخل
10,676,861	10,292,041	3,665,518	9,026,520	8,219,879	إجمالي الدخل
					الأصول والمطلوبات (ألف ريال سعودي)
315,712,101	249,682,805	231,758,206	233,535,573	224,994,124	صافي التمويل
382,631,003	312,405,823	293,909,125	273,056,445	272,593,136	ودائع العملاء
468,824,723	384,086,576	364,030,844	343,116,528	339,711,817	إجمالي الأصول
410,706,205	332,894,919	315,724,978	287,365,610	287,764,945	إجمالي المطلوبات
58,118,518	51,191,657	48,305,866	55,750,918	51,946,872	إجمالي حقوق المساهمين
					الربحية
2.56	2.76	1.04	2.68	2.49	العائد على متوسط الأصول (%)
19.94	20.49	7.01	17.24	16.65	العائد على متوسط الأسهم (%)
4.24	4.06	1.51	5.61	5.00	ربحية السهم الأساسية والمخفضة (ريال سعودي)
1	3	2.76	2.5	15	توزيعات لأرباح لكل سهم (ريال سعودي)
					النسب التنظيمية
					نسبة كفاية رأس المال :
17.99	18.80	18.98	22.20	20.86	المستوى الأول (%)
19.08	19.87	20.07	23.29	21.98	المستوى الأول والثاني (%)
					النمو
9,380	9,683	9,628	10,263	10,320	عدد الموظفين
543	544	551	554	539	عدد الفروع
5,211	5,215	5,006	4,803	4,475	عدد أجهزة الصراف الآلي
204,549	115,243	83,958	74,612	62,118	عدد محطات نقاط البيع.

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع : www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع : 2022-04-22.

رابعاً: التمويل حسب قطاعات الأعمال الرئيسية:

يوضح الجدول أدناه فئات التمويل حسب قطاعات الأعمال الرئيسية كما في 31 ديسمبر لسنتي 2020 و 2019.

الجدول رقم (58): منتجات التمويل بحسب القطاعات.

2019			
بآلاف الريالات (السعودية)			
الإجمالي	شركات	أفراد	
44,619,573	43,808,144	811,429	متاجرة
191,534,197	5,767,617	185,766,580	بيع بالتقسيط
17,372,860	16,571,140	801,720	مراوحة
3,175,771	-	3,175,711	بطاقة ائتمانية
256,702,401	66,146,901	190,555,500	إجمالي التمويل
(7,019,596)	(3,187,123)	(3,832,473)	مخصص الانخفاض في القيمة
249,687,805	62,959,778	186,723,027	صافي التمويل
2020			
40,227,228	39,024,342	1,202,886	متاجرة
256,878,439	9,408,172	250,470,267	بيع بالتقسيط
19,725,827	19,725,827	-	مراوحة
3,351,963	-	3,351,963	بطاقة ائتمانية
323,183,457	68,158,341	255,025,116	إجمالي التمويل
(7,471,356)	(3,105,595)	(4,365,761)	مخصص الانخفاض في القيمة
315,712,101	65,025,746	250,659,355	صافي التمويل

المصدر : من إعداد الباحثة بناءً على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

يتضح من خلال الجدول السابق أن قيمة التمويل بالبيع بالتقسيط تأخذ أعلى قيمة وخاصة عند الأفراد لمميزات هذه الآلية المدروسة سابقاً، و سنتطرق إليها بالتفصيل في المطلب التالي.

المطلب الثاني : آلية البيع بالتقسيط لمصرف الراجحي

يقدم مصرف الراجحي لعملائه منتجات مصرفية بعوائد وتشمل المتاجرة والبيع بالتقسيط والمراوحة والاستصناع طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية.

ويتم التعامل بآلية البيع بالتقسيط في عدة مجالات وقطاعات مختلفة سواء للشركات أو الأفراد والذي تم تحديد قيمة صافي التمويلات كأعلى قيمة بالمقارنة والتمويلات الأخرى نظراً لمرونة التعامل بالآلية والتسهيلات المقدمة وكذا تحفيزات البنك المقدمة وكثرة توجه العملاء لمثل هذا المنتج للعروض و البرامج المغرية.

أولاً: التمويلات الصافية بحسب آجال الاستحقاق:

نجد أن التمويل الصافي للبيع بالتقسيط ضمن قائمة التدفقات النقدية بالمقارنة والتمويلات الأخرى لمصرف الراجحي لسنة 2019 و 2020 وبحسب آجال الاستحقاق قدر كأعلى النسب من التمويلات الصافية الأخرى و تزايد خلال السنتين 2019 و 2020 حيث بلغ 187,724,001 و 255,479,516 ألف ريال سعودي على الترتيب و لكل الآجال.

كما يبينه الجدول التالي¹ :

¹ التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020، ص 205 ص 206، الموقع:

www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

الجدول رقم(59): التمويلات الصافية بحسب آجال الاستحقاق.

(بآلاف الريالات السعودية)						
2019	أقل من 3 أشهر	من 3 إلى 12 شهرا	من سنة واحدة إلى 5 سنوات	أكثر من 5 سنوات	بدون تاريخ استحقاق محدد	الإجمالي
التمويل الصافي						
متاجرة الشركات	13,875,181	11,750,437	12,908,065	3,043,561	-	41,577,244
بيع بالتقسيط	12,151,486	29,194,865	97,755,730	48,621,920	-	187,724,001
مرايحة	3,771,541	4,221,613	3,878,893	5,356,019	-	17,228,066
بطاقات ائتمانية	1,447,050	731,273	975,171	-	-	3,153,494
2020						
التمويل الصافي						
متاجرة الشركات	14,385,991	9,205,279	11,161,268	2,478,796	-	37,231,2334
بيع بالتقسيط	14,550,254	31,842,841	115,670,114	93,416,307	-	255,479,516
مرايحة	1,233,638	2,760,214	4,281,018	11,395,223	-	19,670,093
بطاقات ائتمانية	1,4509,529	823,202	1,096,299	2,128	-	3,331,158

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

تحدد صافي التمويل في قائمة التدفقات النقدية للنشاطات التي مارسها مصرف الراجحي من خلال مقارنة رصيد النقد لأول فترة وفي آخر الفترة .

ثانيا: التمويلات الصافية بحسب القطاعات :

صافي تمويل البيع بالتقسيط بحسب القطاعات العاملة وغير العاملة يشمل المبالغ الأكثر تمويلا بالمقارنة والتمويلات الصافية الأخرى لما يتضمنه بيع التقسيط من توفير سيولة لازمة و تسديد مرن و مقسط والذي نلخصه في الجدول التالي¹:

الجدول رقم (60): التمويلات الصافية بحسب القطاعات

(بآلاف الريالات السعودية)			
2019			
نهاية السنة 31 ديسمبر			
صافي التمويل	غير العاملة	العاملة	
41,577,244	1,687,074	42,932,499	متاجرة
187,724,001	581,977	190,952,220	بيع بالتقسيط
17,228,066	-	17,372,860	مربحة
3,153,494	47,742	3,128,029	بطاقات ائتمانية
249,682,805	2,316,793	254,385,608	الإجمالي
2020			
37,231,334	1,690,865	38,536,363	متاجرة
255,479,516	728,401	259,150,038	بيع بالتقسيط
19,670,093	-	19,725,827	مربحة
3,331,158	25,848	3,326,115	بطاقات ائتمانية
315,712,101	2,445,114	320,738,343	الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

¹ التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020 ، ص 168 ص 169، الموقع:

www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

من خلال الجدول السابق نرى أن حجم التمويل الصافي وفق آلية البيع بالتقسيط لسنة 2020 بلغ 255,479,516 ألف ريال بالمقارنة بسنة 2019 التي بلغ 187,724,001 ألف ريال وهي أكبر القيم من التمويلات الأخرى (صافي التمويل يحذف منه مخصص الانخفاض في القيمة).

المطلب الثالث : دور مصرف الراجحي في ترقية الصناعة السياحية بالمملكة العربية السعودية

عمل مصرف الراجحي والرائد في مجال الصيرفة الإسلامية بالمملكة العربية السعودية على تطوير منتجاته المصرفية وخاصة في المشاريع السياحية الصغيرة والمتناهية الصغر، وحتى في المشاريع المتوسطة وطويلة الأجل وتلبية لحاجات العملاء قدم حلول تمويلية بتطبيقات معاصرة، ولحاجة المشاريع السياحية سواء في انطلاقها أو توسيعها إلى سيولة، قدم مصرف الراجحي جملة من المنتجات التمويلية للقطاع السياحي والتي تعتمد في أساسها الدفع لأجل بالتقسيط أو الدفع كاملا و اعتماده على برنامج كفالة في ذلك و عقده لاتفاقيات مختلفة.

أولاً: التمويل وفق آلية البيع بالتقسيط و تطبيقاته المعاصرة للمشاريع السياحية:

قدم مصرف الراجحي لذلك توليفة مختلفة من المنتجات التمويلية تخدم الاستثمار في القطاع السياحي، و نلخصها فيما يلي¹:

1- منتج تمويل السيارات للمنشآت السياحية:

طور مصرف الراجحي هذا المنتج والذي يقدم برنامجا تمويليا مرنا لأساطيل السيارات وبأسعار تنافسية، فضلا عن توافقه وأحكام الشريعة الإسلامية ليغطي بذلك أنشطة العمل السياحي للمشروع ونقل الركاب وخدمات تأجير السيارات الخاصة بالفنادق ومختلف الأنشطة التي تخص إدارة المركبات المستخدمة، إذ تصل قيمة التمويل إلى 2 مليون ريال للمركبات الجديدة بإجمالي الأقساط الشهرية التي تدفع لسداد التمويلات، أما إذا كان العميل (صاحب المشروع السياحي) من ذوي السجلات الائتمانية المتميزة فقد تصل قيمة التمويل المقدم إلى 5 ملايين ريال سعودي، ويشمل التمويل المقدم

¹ الموقع الرسمي لبنك الراجحي www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-01-26.

تأميناً تكافلياً يغطي أسطول السيارات طوال فترة السداد ويتم تقديم الخدمات في اختيار نوع المركبة وتوضيح جميع التفاصيل المالية عند الاتفاق.

2- منتج تمويل نقاط البيع:

إن اختيار هذا المنتج يتناسب ومتطلبات المشاريع السياحية الصغيرة والمتناهية الصغر، الذين يسعون لتعزيز وتوسيع أعمالهم ويعمل على توفير السيولة الجاهزة في بطاقات الدفع الائتمانية في نقاط البيع تصل مدة التمويل حتى 60 شهراً وسرعة الموافقة والانتهاؤ من إجراءات التمويل أما مبلغ التمويل فيبدأ من 50 ألف ريال إلى 7.5 مليون ريال، ويتم التسديد وفق أقساط شهرية متساوية وبمعدل ربح سنوي انطلاقاً من مبلغ التمويل ورسومه الإدارية وتاريخ الاستحقاق المحدد وكذلك حسب التقييم الائتماني لكل عميل.

3- منتج الإجارة المنتهية بتمليك:

حيث يقدم فيه المصرف تمويل صفقات المشاريع السياحية الكبرى والمتوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية، منتج يستند على العقارات المكتملة البناء الجاري استثمارها لأغراض سياحية (تخص المنشآت أو المجمعات السكنية المخصصة للسياحة أو الفلل والشقق السياحية) والتي يستفيد فيها صاحب المشروع من تمويل وقدره 50 مليون ريال بأجل تسديد تصل إلى 84 شهراً مع خيار السداد المبكر أو على أقساط بعقد إيجار وعند انتهاء الآجال تنتقل ملكية أصول المشروع السياحي إلى العميل (والتي يكون مصرف الراجحي مالكة بعد أن اقتناها جاهزة من المقاول).

4- منتج تمويل الاستصناع :

يضمن هذا المنتج بموجب عقد بين الراغب في تشييد فنادق وقرى ومنتجات سياحية بحسب المواصفات المطلوبة على أن يقوم العميل بتسديدها على دفعات مؤجلة حسب سعر البيع المتفق عليه، ويتم إنشاء العقارات على أرض يملكها العميل ويكتفي المصرف بالقيام ببنائها (استصناع جزئي) أو على أرض يملكها المصرف ويقوم بالبناء والفرش ويكون هنا (استصناع كلي) وتصل مدة الأقساط الموجلة من 15 إلى 20 سنة مع حرية العميل في اختيار التصميم الهندسية وكافة المواصفات المتعلقة بالوحدة السكنية التي يرغب بها العميل.

5- منتج تمويل العقود:

يقدم مصرف الراجحي تمويل لمجموعة من التعاقدات التي تمنحها الهيئات الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص العاملة في القطاع السياحي، ويهدف هذا التمويل إلى توفير السيولة النقدية التي تستند إلى المستحقات التعاقدية المسجلة بحيث يتمكن صاحب المشروع من دفع رواتب موظفيه وسداد مستحقات مورديه أو حتى الدخول في استثمارات سياحية لمشروعات توسيعية دون انتظار ما يجنيه من عائدات، على أن يتم تسديد هذا التمويل على أقساط مؤجلة بهامش ربح مع مجموعة من الخصوصيات و التحفيزات خاصة في عقود الجهات الحكومية.

ونظرا للتطور السريع للابتكارات التمويلية ومنتجات الهندسة المالية الإسلامية ظهر في فيفري 2020 منتج جديد لتمويل العطلات "وطني 3" والذي تأثر سلبا بجائحة الكورونا والقيود ذات الصلة واستفاد من هذا البرنامج عدد 9000 عميل نهاية سنة 2020.

وتجدر الإشارة إلى أن التمويلات السابقة والتي تعتبر تمويلات معاصرة لآلية البيع بالتقسيط قد خضعت إلى برنامج كفالة و هو برنامج تمويل للمنشآت الصغيرة والمتوسطة بحيث يوفر الضمانات اللازمة بجهات التمويل بهدف دعم مشاريعهم التمويلية وفقا لمنتجات التمويل التي ذكرت سابقا.

6- بطاقات الدفع الائتماني لمصرف الراجحي (السفر بالتقسيط):

يعتمد مصرف الراجحي في تعاملاته مع زبائنه وعملائه ببطاقات الائتمانية بمختلف أنواعها والتي بين الفترة والأخرى يتم تقديم عروض خاصة في المواسم السياحية وتسهيلات مختلفة، خصصنا هذا الجزء من البحث للتحديث عن بطاقات الدفع الائتماني بالتقسيط للأفراد فيما يخص مجال السفر والسياحة سواء داخل المملكة أو خارجها.

تم إتاحة خدمة تقسيط تذاكر الطيران والإقامات وحجوزات السفر إلى أي مكان عبر مواقع عديدة ويعمل موقع 'مسافر' بالتعاون مع مصرف الراجحي على إدراج كل ما هو جديد من تسهيلات

وعروض والبرامج الخاصة بالسفر والسياحة، وسنعرض فيما يلي أهم العروض المقدمة لمصرف الراجحي¹:

أ. تقسيط سافر:

يقدم موقع مسافر تفاصيل برنامج سافر بالتقسيط والذي يتميز به مصرف الراجحي عبر تطبيقه الذي يسهل تحميله بحيث يقدم ضمن بطاقة المراقبة، والسداد يكون لمدة 3 أشهر كحد أدنى بدون رسوم إدارية وفائدة 0%، ويقدم عروض مثل:

- عرض مسافر : أو ما يسمى الأسبوع الأزرق مع بطاقات مصرف الراجحي، خصم أو استرداد نقدي يصل إلى 25% لدى المسافر و 25% استرداد نقدي على حجوزات الفنادق و 10% استرداد نقدي على الرحلات الجوية.

- مدة العرض : من 23 حتى 30 أكتوبر 2022 و الحد الأعلى لقيمة الاسترداد النقدي لحجوزات الفنادق والشاليهات، الباقات، الأنشطة، وخدمة استئجار السيارات وحجوزات الطيران هو 5000 ريال سعودي، مدة صلاحية الاسترداد النقدي بمحظة المسافر 90 يوم، لا يوجد حد أدنى للاستفادة من العرض .

ب. عرض فنادق ومنتجعات نارسييس :

الأسبوع الأزرق مع بطاقات مصرف الراجحي يتم بخصم 15% على الغرف والأجنحة الفندقية لدى موقع فنادق ومنتجعات نارسييس أو تطبيق Boudl ويسري العرض من 23 أكتوبر حتى 30 نوفمبر 2022، يطبق الخصم عند استخدام بطاقات مصرف الراجحي، مع خصم 15% على الغرف والأجنحة الفندقية، و خصم 15% على خدمات المطاعم والمقاهي.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي : www.alrajhibank.com.sa، تاريخ الاطلاع 2022/10/17.

ت. برنامج تساهيل:

يعمل وفق نظام التقسيط 0% إذ يوفر برنامج تساهيل الحصول على ما يريده السائح بسهولة، وتلبية جميع احتياجاته عند قضاء عطلة استجمام مع عائلته.

و من مميزات البرنامج:

- الاستفادة من ميزة تقسيط عملية الشراء : على العميل طلب تحويل العملية إلى التقسيط (عبر الهاتف المصرفي أو وسيلة أخرى يحددها المصرف) وذلك قبل أن تصبح مستحقة (أي قبل تاريخ استحقاق العملية الشرائية في كشف حساب البطاقة للشهر التالي)، ولا يمكن تحويل العملية إلى التقسيط بمجرد فوترتها في كشف الحساب .

- خفض مبلغ الائتمان متاح في حساب البطاقة بمقدار المبلغ الإجمالي للأقساط المستحقة على البطاقة.

- إضافة القسط الشهري المتعلق بخطة التقسيط إلى الأقساط المستحقة القائمة على البطاقة.

- الحد الأدنى لطلب التقسيط 1000 ريال سعودي لكل عملية شراء من خطط التقسيط المتاحة في هذا البرنامج .

- يعتمد الحد الأدنى لطلب التقسيط لكل عملية شراء من الجهات المشاركة حسب ما هو متفق عليه من الجهات المشاركة والمصرف في هذا البرنامج.

- الحد الأقصى لخطط التقسيط لكل بطاقة هو (4) خطط تقسيط نشطة.

- عمليات السحب النقدي لا تخضع لخطط التقسيط.

- يمكن للعميل في وقت مبكر طلب تسوية خطة أو خطط التقسيط في أي وقت خلال فترة التقسيط.

ث. عرض سفر بلس الراجحي :

قام بنك الراجحي بإطلاق عروض بطاقة السفر خلال صيف 2022، تعد كقيمة مضافة على بطاقة فيزا سفر بلس، وهي تتضمن ما يلي :

- * رسوم صفرية على تحويل كل أنواع العملات الدولية.
- * يتم الاستفادة من ميزة التأمين للسفر بشكل مجاني.
- * يتمكن الفرد من صرف النقاط وتحويلها لمكافأة عند الشراء عن طريق الفيزا سواء داخل أو خارج المملكة العربية السعودية.
- * عروض لشحن البطاقات الخاصة بسفر بلس، حيث يتم العرض بعملة الدولار الأمريكي.
- * يستطيع الفرد صرف ما يساوي 3.75 ريال سعودي بشكل ثابت في أي مكان في جميع أنحاء العالم، ومن خلال أي عملة غير العملات المعتمدة.
- ومن مميزات البطاقة :
- * تقوم البطاقة بتزويد حامليها بإمكانية دخول صالات السفر بشكل مجاني في المطارات من أجل الحجوزات.
- * تعد البطاقة الوحيدة للسفر والمتضمنة تأمينات السفر.
- * تعتبر من البطاقات المتوفرة للسفر، وكذلك للعملات في وقت واحد.
- * سعر الصرف للعملات في مواقع التسوق الإلكتروني في عمليات الشراء يكون موحد، ويساوي نحو 3.75 ريال سعودي للدولار الواحد، دون وجود أي رسوم للتحويل في البطاقة.
- * يمكن التحويل بسهولة من حساب جاري أو من خلال التطبيق الخاص بالراجحي.
- * يحصل العميل على نقاط المكافآت في حالة الاستخدام للبطاقة خارج أو داخل المملكة، مع إمكانية تحويل تلك النقاط إلى خيارات أخرى متنوعة.
- وبين الحين والآخر تعمل عروض خصومات (كخصم 10% بالتعاقد مع طيران ناس في نوفمبر 2022 على تكاليف السفر).

ج. عروض بطاقات الدفع المختلفة:

يتم تقديم العروض والميزات من قبل مصرف الراجحي وتكون للعملاء المسافرين أو الراغبين في سياحة سواء داخل المملكة أو خارجها عن طريق البطاقات الائتمانية الممنوحة من قبل المصرف وتتمثل في¹:

- بطاقة بلاينيوم:

تتميز بسداد شهري مرن ومنح نقاط مكافأة فيها وصلت إلى 25000 نقطة ترحيبية عند طلبها والدخول إلى 25 صالة مطار للحجوزات (الطيران والفندقية) الاستفادة تلقائيا من برنامج تساهيل.

- بطاقة سيفنتشر:

تتميز بسداد شهري مرن وتمنح نقاط مكافأة فيها تصل إلى 75000 نقطة ترحيبية، إمكانية الدخول إلى 1000 صالة مطار لتقديم الحجوزات (الطيران والفندقية) الاستفادة تلقائيا من برنامج تساهيل.

- بطاقة انفينيت :

تتميز بحسم شهري وإمكانية الدخول إلى 100 صالة مطار لتقديم الحجوزات (الطيران والفندقية). هذا فيما يخص بطاقات الدفع الائتماني المستفيدة من عروض التقسيط المقدمة وفق البرامج السياحية بحسب المواسم فتخضع لدفع ائتماني وتقسيط الدفع والاستفادة من منتج تمويل نقاط البيع بالنسبة للمحلات المتعاقدة مع المصرف وكذا الاستفادة من تقسيط الفنادق وتذاكر الطيران.

ثانيا : دور برنامج كفالة في دعم المشاريع السياحية بمصرف الراجحي:

يهدف برنامج كفالة إلى مساعدة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الحصول على تمويلات أي أنه لا يمنح التمويل بل يساعد أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الحصول على تمويلات إسلامية مع المصارف والجهات التمويلية المتعاقدة والبرنامج وتحدد شروط ومعايير منح التمويل من

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي : www.alrajhibank.com.sa، تاريخ الاطلاع 2022/10/17.

خلال السياسة الائتمانية لجهة التمويل، حيث أن مصرف الراجحي وقع اتفاقية التعاون من برنامج كفالة منذ 2006، لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمكفولة من طرف البرنامج، وتخصص في تمويل المنشآت السياحية سنة 2008، حيث أن هذه الاتفاقية سارية المفعول لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد تلقائياً، و كانت نسبة كفالة البرنامج عند انطلاقه 50% ورفعت سنة 2009 إلى 75% إلى أن تصل إلى 80% سنة 2011¹.

وتم استحداث البرنامج وفق اتفاقية موقعة بتاريخ : 06-08-2018 مع تطلعات ومتطلبات رؤية المملكة 2030 وتحفيز القطاع الخاص وخاصة المشاريع الصغيرة والمتوسطة بحيث يتم تفعيلها وقت التعاون بين البنوك التجارية والمنشآت وتطلعات البرنامج بحيث يتم دعم وتعزيز واستقرار هذا القطاع من خلال تحقيق معدلات عالية من التمويل.

1- الأنشطة والمشاريع التي يدعمها البرنامج:

يقوم البرنامج بدعم كل من المشاريع التالية²:

- * الأنشطة الصناعية باختلاف أنواعها ولاسيما الداعمة للصناعات العسكرية .
- * الأنشطة السياحية والترفيهية.
- * الأنشطة التجارية.
- * الخدمات الصحية (عيادات خاصة - مستشفيات خاصة - مراكز طبية - صيدليات).
- * الخدمات التعليمية باختلاف أنواعها.
- * الأنشطة الداعمة لتصدير المنتجات المحلية.
- * الأنشطة الإبداعية والبرمجيات الذكية والحلول المالية المبتكرة.
- * الأنشطة التي تخدم قطاع الزراعة (الإنتاج النباتي والحيواني، المحميات الزراعية، مقاومة الآفات).
- * أنشطة الصيد، مثل : المزارع السمكية والمحار، الصيد.

¹ مريم شطيبي محمود، دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية، أطروحة دكتوراه علوم تخصص بنوك إسلامية ، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2019-2020، ص 243.

² الموقع الرسمي لبرنامج كفالة www.kafalah.gov.sa ، تاريخ الاطلاع : 03-06-2022.

* خدمات النقل والمواصلات.

* أنشطة خدمات الأعمال.

* أنشطة خدمات النظافة والصيانة والخدمات الاجتماعية.

* شركات الامتياز التجاري التي يمكن اعتبارها مشاريع مستقلة، مع الأخذ بالاعتبار نوع النشاط.

من ضمن الهيئات التي يدعمها البرنامج الأنشطة السياحية والترفيهية حيث سهل برنامج كفالة الاعتماد على البنوك في دعم المشاريع السياحية وتعاقدته مع مصرف الراجحي خاصة والذي حدد المنشآت المؤهلة للتمويل و المتوافق نشاطها مع أحكام الشريعة الإسلامية أو ما يعرف بالخدمات السياحية الحلال وتشمل¹:

* الفنادق التي تقدم خدمة الإيواء والإطعام والاستقبال والضيافة وتتمثل في الفنادق والشقق الفندقية وفنادق الطرق والقرى السياحية ونزل الاستراحات الريفية.

* المشاريع الأثرية والتراثية.

* وكالات السياحة والسفر والإرشاد السياحي ومنظمي الرحلات والفعاليات.

* المطاعم والمقاهي الشعبية (تكون مرافقة للمواقع الأثرية).

* توسيع وتأهيل استراحات الطرق السريعة.

* المعاهد السياحية والحرفية.

* صالات المؤتمرات والمعارض الدولية.

بحيث يعمل البرنامج على دراسة طلب أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة للقطاع السياحي والذي يقدمون ملفه كاملا لبنك الراجحي و يبدي برنامج كفالة موافقته بإصدار كفالة للمصرف بحسب الصيغ التمويلية التي يعمل بها المصرف المذكورة سابقا.

وقد وصل تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في قطاع السياحة والترفيه بالمملكة إلى

15 مليون ريال سعودي.

¹ شطيبي محمود مريم، دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية، مرجع سبق ذكره ،

وفي الجدول التالي ملخص لإجمالي عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تمت من خلال مصرف الراجحي وفق برنامج كفالة.

الجدول رقم (61): تمويل مصرف الراجحي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة وفق برنامج كفالة لسنة 2019

طبيعة التمويل	نوع المشاريع		الإجمالي
	الصغيرة	المتوسطة	
التمويل للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بنود داخل الميزانية (مليون ريال سعودي)	837	4113	4950
التمويل للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بنود خارج الميزانية (مليون ريال سعودي)	172	756	928
التمويل داخل الميزانية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر كنسبة من إجمالي التمويلات داخل الميزانية (%)	0.36	1.76	2.11
التمويل خارج الميزانية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر كنسبة من إجمالي التمويلات خارج الميزانية (%)	1.34	5.90	7.24
التمويلات (داخل وخارج الميزانية) (مليون ريال سعودي)	3494	1655	5149
تمويل العملاء (داخل وخارج الميزانية) (مليون ريال سعودي)	1099	759	1858
إجمالي عدد التمويلات المضمونة من برنامج كفالة (داخل وخارج الميزانية)	394	-	394
إجمالي التمويلات المضمونة من برنامج كفالة (داخل وخارج الميزانية) (مليون ريال سعودي)	370	-	370

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2019،

الموقع: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

ثم واصل الاعتماد على المصرف ضمن البرنامج باعتباره مشاركا فعالا في برنامج كفالة وساهم بنسب كبيرة في تنشيط القطاع السياحي السعودي وفق لتعاونه مع البرنامج بنسبة 84% من مجمل المشاريع المضمونة ببرنامج كفالة أي ما يقدر بـ 1402 مشروع¹ يخص أنشطة الضيافة والإطعام وكذا قطاع الترفيه والسياحة والتسلية خلال الربع الثالث من سنة 2021 والجدول الموالي يوضح الكفالات المعتمدة خلال الربع الثالث لسنة 2021 والتراكمية منذ بداية العمل بالبرنامج مع كامل المؤسسات المالية والمصرفية الداعمة لبرنامج كفالة.

الجدول رقم (62): المشاريع السياحية الممولة ببنك الراجحي و بكفالة البرنامج.

(الوحدة: ألف ريال سعودي)

تراكمية منذ بداية البرنامج				الربع الثالث 2021				النشاط
عدد المنشآت	قيمة التمويل	قيمة الضمانات	طلب التمويل	عدد المنشآت	قيمة التمويل	قيمة الضمانات	طلب تمويل	
1203	2478802	1953755	1651	147	178580	160192	153	أنشطة خدمات الإيواء والطعام (الضيافة)
104	261092	183310	168	9	8114	7004	9	قطاع الترفيه والسياحة والتسلية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على البيانات الإحصائية للكفالات نهاية الربع الثالث لسنة 2021 من برنامج كفالة، الموقع: www.kafalah.gov.sa تاريخ الاطلاع: 2022/04/22.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: www.alrajhibank.com.sa تاريخ الاطلاع: 2022-04-22.

توسع برنامج كفالة في مجال دعمه للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي من خلال إبرامه لعدة اتفاقيات لأجل إنشاء مسار خاص بالتمويل السياحي.

ولتنفيذ إحدى مبادرات التحول الوطني السعودي، وبتعاقد برنامج كفالة لتمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة منذ سنة 2018 (مذكورة تعاون إلحاقية مع الهيئة العامة للسياحة بغرض تقديم كفالة الخدمات التمويلية للمشاريع السياحية)، وحقق الطرفان من هذا التعاون من خلال تيسير وصول المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في السياحة والآثار إلى التمويل لتعزيز قدرتها على النمو والتوسع في مشاريعها السياحية. وقد خصص مبلغ 300 مليون ريال لضمان المشاريع السياحية التي تقدر بمليار ونصف المليار ريال¹.

الاتفاق بين الهيئة وبرنامج كفالة ليس فقط بلعب دور التمويل المالي فحسب بل كشراكة في عدة مجالات منها التسويق والترويج للتعريف بمسار التمويل السياحي الجديد بالبرنامج لمستثمري قطاع السياحة والتراث الوطني، كذلك المشاركة في تنظيم لقاءات ومعارض ومحاضرات تثقيفية خاصة بأفضل أساليب إدارة المنشآت السياحية والتراثية والمشاكل التي تواجهها وكيفية علاجها.

وكذا العمل على ضرورة الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال تنمية وتطوير المنشآت السياحية والتراثية، ودعم القضايا المتعلقة بتحسين بيئة العمل في المنشآت السياحية والتراثية مع الجهات المختصة، إضافة إلى إنشاء قاعدة بيانات مشتركة، تتضمن جميع المعلومات والإحصاءات المتعلقة بمستثمري ومشروعات قطاع السياحة والتراث الوطني.

والاتفاق شمل أيضا تزويد الهيئة للبرنامج بالدراسات والبحوث والفرص الاستثمارية في قطاع السياحة والتراث الوطني حال توفرها لديها، إلى جانب دعوة الهيئة للبرنامج للمشاركة في الفعاليات التي تقيمها الهيئة بمناطق المملكة، ولها علاقة بنشاط البرنامج كمتحدث رئيسي.

وأن البرنامج سيقوم بالتنسيق مع المصارف التجارية والمصارف الإسلامية ومؤسسات التمويل الحكومية وغير الحكومية المتعاونة مع البرنامج للتعريف والتسويق لمسار التمويل السياحي الجديد،

¹ الموقع الرسمي لبرنامج كفالة www.kafalah.gov.sa ، تاريخ الاطلاع : 2022/06/07.

ولضمان الوعي وحثهم على تقديم الخدمات التمويلية للمستثمرين، مع توفير الكفالات المطلوبة للتمويل¹.

وسيمنح المنشآت الصغيرة والمتوسطة السياحية فرصا إضافية للحصول على الخدمات التمويلية من الجهات المصرفية بضمان البرنامج و التأكيد على حرص البرنامج على إيجاد حلول وموارد متعددة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة السياحية لرفع كفاءة القطاع السياحي وزيادة مساهمته في النمو الاقتصادي بما يسهم في تحقيق رؤية المملكة 2030.

ثالثا: اتفاقية تعاون مصرف الراجحي مع صندوق التنمية السياحي:

وقع صندوق التنمية السياحي اتفاقيتي تعاون مع مصرف الراجحي سنة 2020²، بهدف دعم تمويل المشاريع في القطاع السياحي.

وتهدف الاتفاقية الأولى إلى تحفيز المستثمرين في القطاع الخاص عبر آليات دعم و تمويل المشاريع السياحية في مختلف مناطق المملكة لتساهم في تطوير مشاريع نوعية تساعد في تنمية القطاع، كما تضمنت الاتفاقية الأخرى آليات تقديم صندوق التنمية السياحي ضمانات مالية لدعم نمو وتنوع المنشآت الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي للمساهمة في إثراء تجربة السياح. الجدير بالإشارة أن هذه الاتفاقية هي خطوة تنفيذية لعدد من مذكرات التفاهم التي وقعها الصندوق مع عدد من البنوك والمؤسسات المالية في المملكة والتي تلعب دورا هاما في خلق مشاريع ووجهات سياحية رائدة، التي بدورها تساهم في تحقيق مستهدفات الإستراتيجية الوطنية للسياحة، و الاعتماد على خبرات مصرف الراجحي تحديدا في التمويل الاسلامي للقطاع السياحي .

رابعا : الشركات السياحية الرائدة في القطاع السياحي السعودي:

من الممتع التفكير في تنظيم الخروج للاستجمام والرغبة في السفر وعلى وجه الخصوص الرحلات إلا أنه لابد من الاعتراف بالمعاناة التي يتطلبها الترتيب لرحلة سياحية ما، من حجوزات السفر والسياحة أو ترتيب بعض التفاصيل من تذاكر سفر وسكن ومواصلات وخلافه، لذا قبل حلول

¹ الموقع الرسمي لبرنامج كفالة www.kafalah.gov.sa ، تاريخ الاطلاع : 2022/06/07.

² الموقع الرسمي لصندوق التنمية السياحي www.tdf.gov.sa ، تاريخ الاطلاع : 2022/06/04.

الإجازات نبدأ بالبحث عن أفضل الشركات السياحية التي تقدم أفضل البرامج و من بين أهم و أفضل الشركات السياحية الرائدة في المجال السياحي و سبق و تعاملت مع مصرف الراجحي نذكر¹:

1- مجموعة الطيار للسفر (مجموعة سيرا):

مجموعة الطيار للسفر القابضة وأصبحت تسمى بمجموعة سيرا (Seera) (شركة سعودية مساهمة) تضم اليوم تحت مظلتها 37 شركة متخصصة في خدمات السفر والسياحة والخدمات المكملة لها، إذ تملك خبرة 40 سنة .

وبما يزيد عن 430 فرعاً داخل المملكة العربية السعودية وخارجها وكل ذلك في سبيل تحقيق خدمات سياحية متكاملة في مكان واحد تتميز المجموعة بتقديم أرقى الخدمات المتعلقة بصناعة السياحة والسفر، بما فيها الحجز وإصدار التذاكر على جميع خطوط الطيران العالمية والمحلية، ومتابعة وتأكيـد الحـجوزات، وإصدار تذاكر السفر البرية والبحرية، كذلك تذاكر القطارات بأسعار تنافسية وبمستوى خدمة لا مثيل له.

كذلك توفر المجموعة من الخدمات السياحية، بما فيها حجز الفنادق والوحدات السكنية في جميع أنحاء العالم. بالإضافة إلى البرامج السياحية الخاصة كرحلات الحوافز، وبرامج شهر العسل، وبرامج رجال الأعمال وكبار الشخصيات، وبرامج الرحلات العلاجية (التداوي بمياه البحر أو السياحة الحموية بأكبر المنتجعات السياحية)، إضافة إلى خدمات الدراسة والتعليم والحج والعمرة، وتنظيم المؤتمرات والاجتماعات داخل المملكة وخارجه، وغيرها الكثير. كما تقدم المجموعة خدمات الشحن الجوي والبحري والبري، وخدمات إصدار دفتر المرور الجمركي (التريبتك) والرخص الدولية، وخدمات التخليص الجمركي للسلع والبضائع، وخدمات التعبئة والتغليف، وجميع أنواع خدمات التأمين وخدمات التأجير (تأجير السيارات والطائرات والسفن وخدمات تأجير اليخوت).

بالإضافة إلى الخدمات الخاصة بكبار الشخصيات VIP، وخدمات إصدار التأشيرات و رخص القيادة الدولية .

¹ خدمات الأنشطة السياحية السعودية الموقع : <https://business.sa> تاريخ الاطلاع : 2022-04-22 .

2- شركة فرسان للسياحة والسفر:

تقوم شركة فرسان للسياحة والسفر على أسس متينة بتمتعها بباع طويل من الخبرة والاحترافية التي امتدت إلى أكثر من 40 عاما من العمل الدؤوب والإنجازات في المملكة العربية السعودية، فهي تقدم خدمات السياحة والسفر وبخيارات متنوعة في تناول جميع العملاء في شتى أنحاء المملكة.

تأسست الشركة في عام 1980 حتى أصبحت الرائدة في تقديم خدمات السفر والسياحة في المملكة العربية السعودية. و تعد فرسان للسفر إحدى شركات مجموعة الراجحي القابضة التي تضم العديد من الشركات في مختلف المجالات والصناعات.

كما ترتبط شركة فرسان للسياحة ارتباطا وثيقا بأكبر المصارف الإسلامية في العالم وهو مصرف الراجحي، وتمتاز الشركة بتوفيرها خدمات متنوعة في مجال السفر، السياحة والعطلات والشحن للقطاعات الحكومية والتجارية والأفراد وأصحاب الامتياز. وقد قدمت عقد خدمات سفر وسياحة مع مصرف الراجحي لمدة سنة قابل للتجديد تلقائيا لمدة مماثلة سنة 2020 قدر بـ 978.821 ريال سعودي.

3- شركة إيلاف للسياحة والسفر والفنادق:

تقدم شركة إيلاف للسياحة والسفر منذ عام 1981 مستويات عالمية من الخدمة في المملكة العربية السعودية، عملت في مجال خدمات السياحة الدينية (خاصة قطاع الحج والعمرة)، تتألف الشركة من 10 منافذ في مكة المكرمة والمدينة المنورة وجدة والرياض تقدم بمجملها شتى أنواع خدمات السياحة والسفر، وبدعم بأعلى مستويات الخدمة والمستمدة من خبرة واسعة التي مكنت تواجد الشركة على مر السنوات ضمن أفضل 10 شركات سياحة وسفر تابعة لشركات طيران عالمية مثل الخطوط الجوية البريطانية ومصر للطيران ومشغلي السياحة في العالم، وتنظم شركة إيلاف للسياحة والسفر العديد من العروض والتعريفات الأفضل في العالم للعطلات والدراسة بالخارج والاستجمام والسفر.

وتقدم قسائم لفنادق عالمية وشركات تأجير السيارات والرحلات البحرية والنقل في المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة الأمريكية أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط والشرق الأقصى وتركيا وجنوب وشمال إفريقيا ونيوزيلندا وأستراليا ومناطق أخرى في العالم.

4- شركة الراجحي للطيران:

تأسست في عام 1980، من قبل الشيخ عبد المحسن صالح بن عبد العزيز الراجحي، لديها عدة فروع في المملكة، وتقدم الشركة كافة خدمات الطيران في السعودية وتقدم عروضاً هائلة في أسعار التذاكر، وتقدم الشركة رحلات تناسب متطلبات الزبائن، بالإضافة إلى البرامج السياحية جذابة داخل وخارج المملكة.

وقد تكون هذه الشركة نمت لتصبح شركة دولية كبيرة ولكنها في حقيقتها لا تزال شركة عائلية، روح الصداقة والمودة والرعاية والدعم بالنسبة لها ليست (عروضاً إضافية) إنما هي كنبضات قلب للمنظمة، والقائمين على الشركة يؤمنون أن هذه الروح العائلية ساهمت بشكل رئيسي في نجاحها ورفعت من مستوى الرعاية والاهتمام الذي تقدمه للعملاء ولمستشاري السفر والموظفين، وهي شركة متعاقدة مع مصرف الراجحي إذ يعمل معها بالبطاقات الائتمانية لحجوزات المطارات والفنادق للسفر بالتقسيط.

5- شركة نبا للسياحة والسفر:

تم إنشاء شركة نبا للسفر والسياحة عام 1985 وهي عضو في الغرفة التجارية وتعمل في مجال السفر والسياحة والأنشطة المتعلقة بحجز التذاكر والفنادق والبرامج السياحية وتأجير الطائرات الخاصة والشحن وتنظيم رحلات الحج والعمرة وتنظيم المعارض وإقامة المؤتمرات وإصدار رخصة القيادة الدولية، والشركة لها خمس فروع منها اثنان في الرياض وفرع في كل من جدة والخرج و الدمام. ونبا هي الوكيل المعتمد للاتحاد الدولي للنقل الجوي (آياتا) والخطوط السعودية وخطوط الصين الدولية والخطوط الهندية وتتعامل نبا مع 130 شركة طيران و 24000 فندق حول العالم.

ما يميز الشركة هو اهتمامها بكافة التفاصيل مهما كانت صغيرة لتحقيق أفضل درجات الراحة للعملاء بالإضافة إلى توفيرها لمركز خدمة للعملاء على مدار 24 ساعة/7 أيام.

6- المؤيد للسياحة والسفر:

شركة المؤيد للسياحة هي أقدم وأعرق الشركات السياحية في المملكة العربية السعودية حيث تأسست في عام 1979 على يد صاحبها ومديرها العام الشيخ محمد بن عبد الله حمد المحميد، والذي يقوم بإدارة الشركة منذ تأسيسها وحتى الآن وبدأت الشركة ممارسة نشاطها في مقرها الرئيسي وفروعها في مدينة الرياض وفي بعض مدن المملكة الأخرى بعد انتشارها، وقد حرصت الإدارة منذ البداية على ضم العديد من الكفاءات الفنية والإدارية المتميزة والتي حافظت عليها كعنصر هام من عناصر الإنتاج خلال هذه الفترة الطويلة من عمر الشركة مما كان له أكبر الأثر نمو الشركة وازدهارها وزيادة حجم نشاطها.

ومنذ بدء النشاط وضعت إدارة الشركة خدمة العملاء ورضاهم هدفا لها تسعى إلى تحقيقه بتقديم أفضل خدمة لهم من خلال تقديم الخدمة السياحية المتكاملة وأيضا من خلال التطوير والتحسين المستمر لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء، كل هذه العوامل مجتمعة ساهمت في بناء اسم كبير في عالم السياحة وهو اسم المؤيد للسياحة والسفر الذي شارك وبشكل فعال في ازدهار هذا المجال في المملكة العربية السعودية.

تعتبر مجموعة المؤيد من أهم المكاتب المميزة بالرياض لدقتها بالمواعيد السفر وتنظيم الرحلات السياحية إلى جميع أنحاء المملكة وخارج المملكة كما أنهم يعدون برامج سياحية رائعة وبأسعار مدروسة ومعقولة والأهم من ذلك كله أنهم يبقون على تواصل مع السياح طوال الرحلة.

7- شركة الصرح للسياحة والسفر:

تأسست بوصفها شركة ذات مسؤولية محدودة في عام 1977، برأس مال قدره 10 ملايين ريال سعودي، ولها الآن أكثر من 20 فرعا تغطي جميع مناطق مدينة الرياض وما حولها وبعض المناطق الأخرى في مدن المملكة.

حازت الشركة على العشرات من الشهادات التقديرية والجوائز من معظم شركات الطيران العالمية والشركات السياحية، على امتداد خبرتها لأكثر من 40 عاما.

ويقع المركز الرئيس للشركة في مدينة الرياض، وتقدم جميع الخدمات السياحية المتكاملة لملبية بذلك كافة احتياجات ورغبات العملاء من خلال إطارات بشرية ذات كفاءة عالية.

كما توفر عددا من الخدمات كإدارة الحجز ومبيعات التذاكر، وخدمات مبيعات التذاكر للجهات الحكومية والأهلية، وخدمات السياحة الدولية والداخلية، وخدمات تنظيم المؤتمرات والمعارض، وخدمات السياحة التعليمية والعلاجية.

8- الشركة الوطنية للسياحة :

هي شركة ذات مسؤولية محدودة يبلغ رأس مالها 422 مليون ريال سعودي ويشترك في ملكيتها عدد من المستثمرين من بينهم الشركة السعودية للفنادق والمناطق السياحية وأقامت مشروعاتها العقارية والسياحية في مدينة أبها، وبدأت الشركة برأسمال لا يتعدى 107 مليون ريال سعودي، وبمشروع واحد هو "الحبلة السياحي" وزيد رأس مالها ليصبح 422 مليون ريال سعودي، حيث وصلت قيمة موجوداتها وفقا لآخر ميزانية معتمدة أكثر من 1.1 مليار ريال سعودي موزعة على 7 مشروعات سياحية متكاملة في الحبلة، والفرعاء، والسودة، وأبها الجديدة، ومركز المطار، والجبل الأخضر، وفندق قصر أبها، وتضم عددا من العناصر السياحية كمشروعات العربات المعلقة "التفريك" والفنادق والمطاعم والحدائق الترفيهية، والوحدات السكنية المختلفة من أجنحة وشقق وموتيلات والمحلات التجارية، وتملك الشركة حصصا في مجموعة من الشركات السياحية والفندقية العاملة بالسعودية، منها أجنحة فندقية بالرياض، وفرع آخر على شارع العليا العام، وتمتلك مركز تسوق بالرياض. تعترم الشركة إقامة مشروع "جبل الرقبة السياحي" وأنهت مؤخرا الدراسات التنفيذية للمشروع الذي يقع على سواحل منطقة عسير، والمشروع مطروح الآن للتنفيذ بتصميم يستفيد من المقومات البحرية على شاطئ البحر الأحمر، حيث يضم 400 وحدة سكنية على مساحة تقدر بمليون متر مربع فضلا عن إنشاء فندق يضم 350 غرفة وجناحا من فئة 4 نجوم، وإنشاء مدينة بحرية لجميع الألعاب المائية.

و هناك العديد من الوكالات والشركات السياحية التي تملك سمعة جيدة في مجال السياحة و الفندقية وتعاملاتها مع المصارف المختلفة خصوصا مصرف الراجحي وتقديم شتى العروض.

من خلال ما سبق تقديمه، نجد أن مصرف الراجحي كان له كل التأثير في تمويل القطاع السياحي و المضي قدما نحو تحقيق أهداف و رؤية المملكة 2030، على الرغم من الظروف التي مر بها الاقتصاد السعودي خلال أزمة 2014 اثر انهيار أسعار النفط و تذبذب أغلب القطاعات خلال الفترة (2015-2018) و تلتها أزمة الوباء العالمي سنة 2020، و مع ذلك استطاع قطاع السياحة النهوض و تجاوز العثرة بفضل جهود الهيئات المشرفة عليه و دعم الدولة و توفير كفالات و ضمانات لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر و حتى المشاريع المتوسطة و الكبيرة وفق برنامج كفالة ومرافقتهم في خططهم التمويلية و برؤية مستقبلية .

و لمسنا الدور الكبير الذي قدمه مصرف الراجحي، وفقا الآليات التمويلية و الصيغ التمويلية المبتكرة وخصوصا الاعتماد على آلية البيع بالتقسيط و تطبيقاته المعاصرة و كيف ساعدت هذه الأخيرة بالشكل الكبير في توسيع المشاريع الاستثمارية الناشطة في القطاع السياحي وصولا إلى ترقية الصناعة السياحية بالمملكة دون أن نستثني الدور الكبير لصندوق التنمية السياحي، و الاعتماد على تقسيط السفر للأفراد وفق برامج تستحدث في بطاقات الدفع الائتماني و هو ما زاد في الإقبال الكبير على قطاع السياحة، بالإضافة إلى تعامل المصرف مع شركات سياحية رائدة داخل حدود المملكة و خارجها و حتى التابعة لمجموعة الراجحي.

كل هذا التميز جعل مصرف الراجحي الرائد في مجال الصيرفة الإسلامية و كذا في تمويل و ترقية الصناعة السياحية، و جعله نموذجا يحتذى به ضمن تجارب الدول.

المبحث الثالث: استشراف دور البيع بالتقسيط لترقية الصناعة السياحية في الجزائر بالمحاكاة وتجربة مصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية

من خلال عرضنا السابق لتجربة المملكة العربية السعودية وجهودها المبذولة لترقية قطاع الضيافة والسياحة والسفر والترفيه والحرص على الاستثمار لترقية الصناعة السياحية وإيجاد حلول تمويلية مبتكرة تتوافق والشرعية الإسلامية مع إعطاء الفرص للمشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر وحتى المتوسطة والكبيرة المتوجهة للقطاع السياحي ودعم برنامج كفالة واحتضانه لمثل هذه المشاريع والدعم الكبير المقدم من قبل مصرف الراجحي بما يملكه من نفوذ وتعاملات مع أكبر الشركات و اعتماده على آلية البيع بالتقسيط لتوسيع النشاطات السياحية حيث أن أولويات رؤية المملكة 2030 تنصب نحو ترقية الصناعة السياحية من خلال دعم خطط التنويع الاقتصادي وتوفير فرص العمل وجذب الاستثمارات دون أن ننسى خبراتها في استقبال عشرات ملايين زائري الحج والعمرة مما جعلها تولى أهمية كبيرة للقطاع وحقق نمو سريع في صناعة السفر و الضيافة إذا ما استثنينا فترة جائحة كورونا لأنه يعتبر الظرف الاستثنائي.

بالرغم من تأكيد خبراء اقتصاديين جزائريين على أن هناك عراقيل تصعب علينا الاحتذاء بأي تجربة وعلى حد تعبيرهم أن الجزائر ليست السعودية، ويركزون على أن فكرة الانفتاح السياحي في الجزائر لم يوفر له متطلبات تتوافق مع معتقدات المجتمع الجزائري والمبادئ التي تعد ثوابت أولوية¹، فلا يمكن الوقوف على مثل هذه الاعتقادات وإن كانت مبنية على واقع معاش، فيمكن بذل الجهد من جهة مختلفة وبمنظرة مبتكرة و السعي نحو الاستفادة من التجربة وفق مقاييس تتوافق مع السياحة الحلال والوقوف على ما يقدمه القطاع السياحي وفق ما تتمتع به الجزائر من إمكانيات سياحية هائلة ما إذا تمت التوعية بطريقة تمكن الأفراد من تغيير رأيهم وتوجههم من اعتماد السياحة كراحة وترفيه وتجديد الطاقة وكتفضيل يقضي بضرورة برمجته ضمن خططهم وبحسب إمكانياتهم من جهة ومن جهة أخرى يستقطب المستثمرين لتوجيه مشاريعهم نحو القطاع السياحي ودعمها من قبل الهيئات المشرفة عليه .

¹ الموقع : <https://et.cdn.ampproject.org> ، تاريخ الاطلاع: 2022-10-15.

من هذا المنطلق تم تحديد أهم النقاط التي يمكن للجزائر السير عليها محتذية بتجربة المملكة العربية السعودية والاستفادة من الأفكار وأهم الابتكارات التي جعلت من الصناعة السياحية توجها يمكن أن يغير مسارات التنمية، وتحديدًا سوف يتم التركيز في الاستفادة من التمويل الإسلامي على آلية البيع بالتقسيط وتطبيقاته المعاصرة بالمصارف الإسلامية ومحاكاة تجربة مصرف الراجحي كنموذج وفقا للآليات المستحدثة في القطاع السياحي السعودي و إدراجها كمقترحات تمويلية مع الأخذ بعين الاعتبار لمعطيات ومتطلبات الصناعة السياحة في الجزائر.

المطلب الأول: محاكاة الصناعة السياحية في المملكة العربية السعودية والصناعة

السياحية في الجزائر

يلجأ العديد لمقارنة معطيات دولة بدولة لإسقاط تجربة ما وذلك بالاعتماد على المؤشرات الإحصائية والمعطيات المتوفرة في حين يجد خبراء آخرون أنه لا يوجد وجه للمقارنة والإسقاط، فإذا حاولنا وضع المعطيات السياحية ومؤشراتها الإحصائية غير مهتمين لجملة الاعتبارات التي أدت إلى التوصل لمثل هذه النتائج الإحصائية فإنها يصعب علينا المقارنة فنجد أن المقارنة تتم وفق لمؤشرات مضبوطة الدراسة تخضع لعوامل أساسية ذات الأولوية لتجعل من المقاربة أمر ممكن، كما سبق تحدثنا على مؤشر التنافسية لمعرفة ترتيب الدول عربيا ودوليا فنجد أن المملكة العربية السعودية احتلت المرتبة الرابعة عربيا والثالثة والستون دوليا أما الجزائر احتلت المرتبة الثانية عشر عربيا والمائة وثمانية عشر دوليا ضمن المقاييس التي تحدثنا عليها سابقا وليتم ضبط دراساتها وفق محاكاة ومتطلبات الصناعة السياحية في المملكة مع نظيرتها الجزائر وجدنا أن التجربة تتحدث عن سياحة تطلب التوجه لطلب التمويل من بنك إسلامي وتحديد العوامل المرتبطة بذلك.

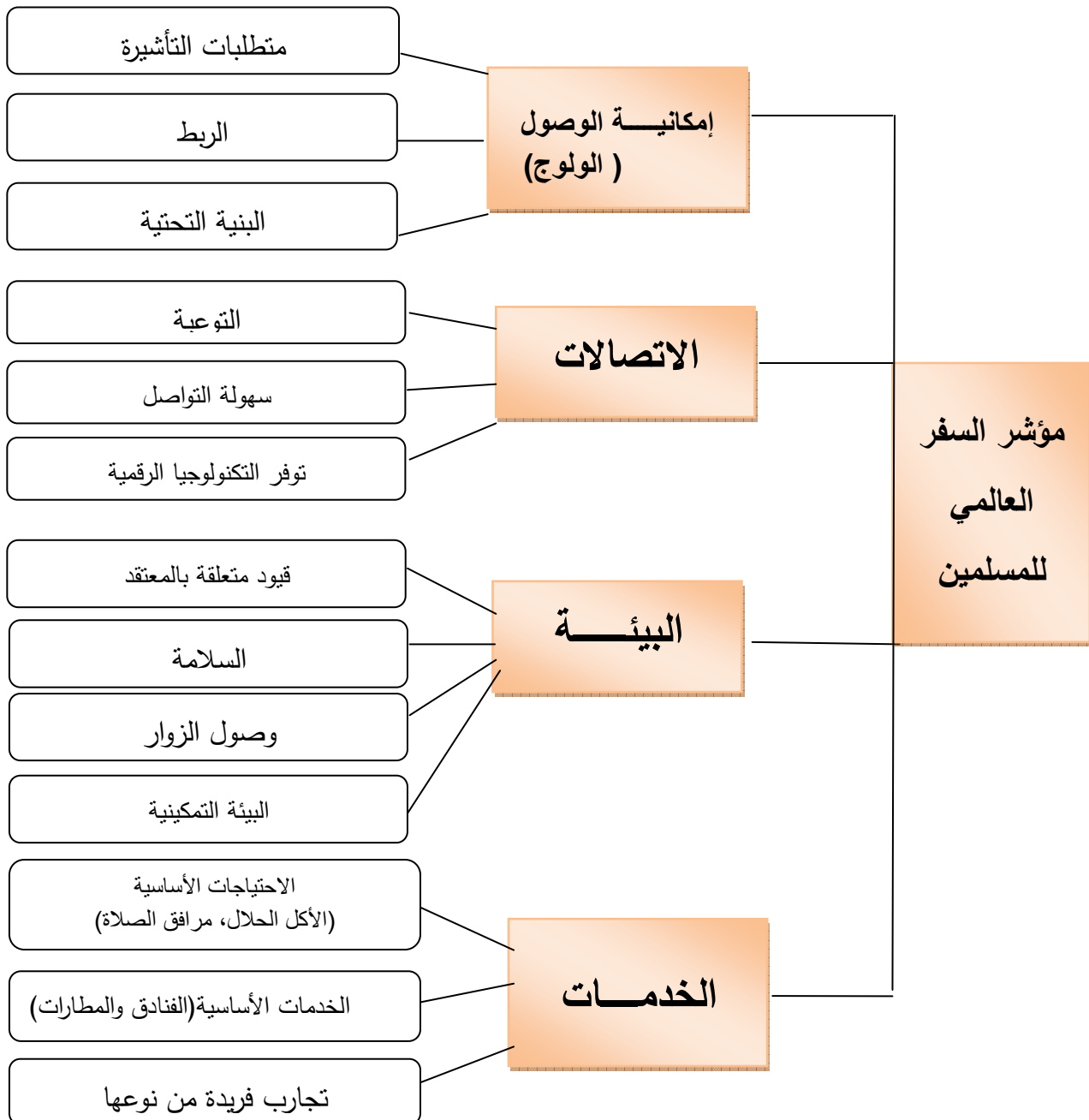
أولاً: مؤشر السفر الاسلامي العالمي:

من أنسب المؤشرات التي وضعت لقياس السياحة في البلدان الاسلامية مؤشر السفر الإسلامي العالمي (GMTI)¹ والذي وضع من طرف ماستركارد وكريسننت رايتينغ، بحيث يعكس التجربة الكلية

¹ الموقع: <https://www.crescentrating.com> ، تاريخ الاطلاع : 2022/06/24

للصناعة السياحية الإسلامية ويحتوي على 13 معيار لأربع مجالات (الولوجيات و إمكانيات الوصول، الاتصالات، البيئة، الخدمات) والمبين من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (76): مؤشر السفر الإسلامي العالمي.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد معطيات مؤشرات السفر الإسلامي العالمي على

الموقع: <https://www.crescentrating.com> تاريخ الاطلاع: 25-06-2022

ووفقاً لنتائج المؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2019 فإن كل من المملكة العربية السعودية والجزائر بلغ ترتيبهما بدرجة تراكمية (72) و (56) على التوالي وحقت السعودية المرتبة الرابعة أما الجزائر حازت على المرتبة الرابعة عشر¹.

فمع الجهود التي تقوم بها الدولتين في المجال فإن التقدم الملحوظ للمملكة العربية السعودية بسبب خبرتها الطويلة في المجال لتوفيرها أهم الركائز الأساسية للصناعة السياحية بدءاً من تسهيلات التأشيرة إلى امتلاكها أكبر الشركات السياحية والتي تضمن الحجوزات للمطارات والفنادق و التركيز على الإعلانات و التحفيزات وتوفير أفضل التكنولوجيات الرقمية حتى في التعاملات المصرفية تتم من خلال تطبيقات يسهل على المستخدم الولوج لها وكافة البرامج المقدمة دون أن تغفل الاهتمام بمواقعها ومدنها السياحية وتغيير الثوابت والمعتقدات وفق ما تقتضيه الظروف دون المساس بالدين الإسلامي بل بالتسهيلات والإجراءات المرافقة والخدمات المقدمة والحرص على سلامة الأفراد حتى في المناطق الوعرة والتي تعد كوجهات سياحية تقدم تجارب فريدة من نوعها وهذا كله لم يولد بين ليلة وضحاها بل كان وليد مجهودات ودراسات وأبحاث واعتماد تجارب والتركيز الأساسي على تطلعات المملكة وما قدمته من استقطاب للاستثمار في الصناعة السياحية لترتقي بها المملكة.

فالتسهيلات التي تم تداركها كالسماح للمرأة بالقيادة وتخفيف الوصاية على المرأة في السفر والسماح لها لحضور مباريات في الملاعب الرياضية، كما قامت الهيئة العامة للترفيه للمملكة العربية السعودية (GEA) وشركة قدية للاستثمار (QIC) في سنة 2019 بإنشاء برنامج للمنح الدراسية في مجال الصناعة السياحية استهدفت 60 طالبا من المملكة للدراسة في كلية (روزن) بجامعة سننرال فلوريدا في الولايات المتحدة الأمريكية².

¹ مؤشر السفر العالمي للمسلمين (GMTI) لسنة 2019 الموقع: <https://www.crescentrating.com>

تاريخ الاطلاع : 2022/06/24.

² تقرير شركة سيرا لسنة 2019 ، تحليل مفصل لقطاع السياحة والسفر في المملكة العربية السعودية ،الموقع:

<https://www.seera.sa/en> ، تاريخ الاطلاع: 2022-07-16.

ثانيا: استخلاص أهداف المملكة العربية لترقية الصناعة السياحية:

من خلال الفصل الثالث من دراستنا والذي أبرزنا فيه مقومات و إمكانيات القطاع السياحي في الجزائر نجد ما قد نتحدث عنه في المملكة العربية للسعودية يمكن أن توفره الجزائر وبإمكانيات تفوقها، فالجزائر وضعت مجهوداتها لترقية الصناعة السياحية وعملت خلال السنوات الماضية على تشييد البنية التحتية وربط المدن ببعضها وفق شبكات طرق بمحطات استراحة تجعل السفر مريحا وكذا تطويرها للفنادق من خلال تقديم تسهيلات للمستثمرين الخواص والعموميين في فتح مركبات ترفيهية وابتعدت كما في السابق في تركيز جل المشاريع نحو العاصمة وتم توزيع نصيب منها على ربوع الوطن من أجل التفتح والتطلع للوجهات السياحية التي تزخر بها البلاد و سخرت اعتمادات لتمويلها من خلال القروض المباشرة عن طريق البنوك التقليدية ثم التوجه إلى اعتماد مجال الصيرفة الإسلامية مع تناميها وانتشار صيغ تمويلية مبتكرة ورغبة في جذب متعاملين في القطاع السياحي ولفت فضولهم نحو التوسع في مشاريعهم الاستثمارية، وكذا تطلع الأفراد نحو قضاء عطلم بكل أريحية بما يتناسب مع دخولهم ورغبتهم في عدم التعامل مع البنوك الربوية من أجل الترفيه والاستجمام أو حتى السفر قصد أداء مناسك الحج ما يترتب عليه متطلبات ومصاريف ضخمة والتي أصبحت تتطلبها الخرجات السياحية، لذلك نجد أن هناك بدائل وتسهيلات قدمتها البنوك الإسلامية الجزائرية في هذا المجال وان كانت في بدايتها إلا أن الاحتذاء ومحاكاة التجارب الرائدة من شأنها أن يوسع في انتشار هذه المنتجات التي باتت ضرورية لحياة الأفراد والمجتمع، فلو توجهت الهيئات العاملة في القطاع السياحي في الجزائر على استخلاص أهم خطى المملكة التي صارت وفقها لترقية الصناعة السياحية و للاعتماد على السياحة كبديل لقطاع الطاقة والمحروقات ولعل أهم أهداف المملكة التي سارت عليها لتحقيق رؤية 2030 لترقية الصناعة السياحية وبخطى ثابتة هي¹:

- زيادة إنفاق الأسر على نشاطاتهم الترفيهية والسياحية والثقافية .
- الرغبة في بلوغ 100 رحلة عالمية ومحلية مع حلول عام 2030 تتضمن المبيت ليلا.
- زيادة نسبة مساهمة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي إلى 10%.

¹ تقرير شركة سيرا لسنة 2019 ، تحليل مفصل لقطاع السياحة والسفر في المملكة العربية السعودية ،الموقع:

<https://www.seera.sa/en> تاريخ الاطلاع: 2022-07-16.

- العمل على تطوير وتسهيل إجراءات التأشيرات للسياح الوافدين وزوار داخل المملكة .
 - مساهمة الصناعة السياحية في رفع حجم اقتصاد المملكة وانتقاله من المرتبة 19 إلى 15 الأولى عالميا.
 - رفع نسبة الاستثمارات المحلية الأجنبية من إجمالي الناتج المحلي لمساهمة القطاع.
 - الاعتماد على رفع الإيرادات السياحية عن الإيرادات النفطية .
 - اعتماد آليات التمويل المبتكرة ودخول قطاع السياحة الحلال مما استدعى الأمر في الاعتماد على المصارف الإسلامية كحلقة وصل مع الأفراد غير الراغبين في التعامل مع المصارف الربوية .
- فتوظيف مثل هذه الأهداف ضمن آفاق المخطط التوجيهي للجزائر 2030 بالإضافة إلى ما سطرته الجزائر ضمن المخطط من شأنه أن يرفع التطلعات حول ترقية الصناعة السياحية.

المطلب الثاني: الصيغ التمويلية المتاحة للبنوك الإسلامية الجزائرية واستشراف دور

البيع بالتقسيط من خلال تجربة مصرف الراجحي

من خلال إلمامنا ودراستنا للبنوك الإسلامية الجزائرية في الفصل السابق و المتمثلة في بنكي البركة والسلام لمختلف فروعها المنتشرة وتوسع نطاق اعتماد الجزائر للصيرفة الإسلامية باعتباره الأصل وليس البديل ناهيك عن محاولاتها في خلق شبائيك إسلامية في البنوك العمومية والذي يقدم عدة خدمات في مجال الصيرفة الإسلامية.

أولاً: مساهمة النوافذ الإسلامية في القطاع السياحي :

مع المحاولات المجدية للجزائر في إدخال الصيرفة الإسلامية تجدر الإشارة إلى أنها خطت خطوات لا بأس بها في ذلك .

1- نوافذ بنك التنمية المحلية :

قام بنك التنمية المحلية بتقديم منتجات بنكية تتلاءم واحتياجات المواطنين وتقديم خدمات الصيرفة الإسلامية تحت اسم "البديل"¹، وكمرحلة أولى تم إطلاق تسع (9) شبابيك إسلامية "البديل" على مستوى 5 ولايات من الوطن ويتعلق الأمر بولاية الجزائر العاصمة التي أطلق فيها شباك "البديل" بكل وكالات سطاوالي (158)، الجزائر وسط (107)، براقى (108) وسيدي يحي (114) إضافة إلى وكالة حسين داي (104).

كما تم إطلاق نوافذ الصيرفة الإسلامية أيضا على مستوى وكالة قسنطينة (318) ووكالة غرداية (185) وكذا وكالة وهران (420) ووكالة سطيف (374) .

ويعرض بنك التنمية المحلية و ذلك لدعم السياحة من خلال شبابيك "البديل" تسعة منتجات مطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية والمصادق عليها من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية وهيئة الرقابة الشرعية للبنك .

وتتمثل هذه المنتجات "إجارة عقارية منتهية بالتملك" للأفراد و "مرابحة للسيارات" للأفراد "مرابحة الاستهلاك" للأفراد و "مرابحة الاستثمار" للمؤسسات وكذا "مرابحة الاستغلال" للمؤسسات. كما تشمل منتجات "الحساب الجاري الإسلامي" و "حساب الشيك الإسلامي" و "حساب الادخار" و "ودائع حساب الاستثمار".

2- نوافذ البنك الوطني الجزائري:

نجد أن البنك الوطني الجزائري والذي كان سباقا لخلق النوافذ الإسلامية، أصبح يسعى إلى إدخال ابتكارات و منتجات تمويلية إسلامية جديدة وتم إطلاق منتج جديد مطابق لتعاليم الشريعة الإسلامية والقائم على مبدأ "القرض الحسن"² خلال هذه السنة وتلبية انشغالات الحجاج لاسيما بعد ارتفاع تكاليف الحج حيث أن الأمر يتعلق بقرض دون فوائد قائم على مبدأ القرض الحسن، يمكن أن يغطي نسبة 70 % من تكاليف الحج لاسيما تكاليف الإقامة والإطعام والنقل منها سعر تذكرة

¹ الموقع الرسمي لبنك التنمية المحلية : <https://www.bdl.dz> تاريخ الاطلاع : 2022-04-22 .

² الموقع الرسمي لبنك الوطني الجزائري : <https://www.bna.dz> ، تاريخ الاطلاع : 2022-08-22 .

الطائرة مع تسديد في أجل مدته 24 شهرا مع تحديد أقصى مع مهلة تأخر التسديد بثلاثة أشهر، وأن المستفيدين من هذا القرض هم الحائزين على جواز سفر خاص بالحج وأزواجهم وأصولهم وفروعهم (لفائدة أوليائهم الحجاج)، هذا المنتج الجديد سيكون متوفر عبر شبابيك البنك الـ 64 الخاصة بالصيرفة الإسلامية¹.

فالجهد التي بذلتها السلطات الجزائرية من اجل إبقاء أسعار الحج اقل بالنسبة لبعض الخدمات على غرار الإقامة والإطعام باعتبار أن تكاليف الحج في الجزائر قد تكون الأزهـد بل ويمكن أن تستعمل كأسعار مرجعية بالنسبة لباقي الدول.

كما وتم توقيع اتفاقية مع بريد الجزائر تسمح باقتطاع تعويض شهري مباشرة من الأرصدة الجارية دون الحاجة إلى فتح حسابات بالبنك.

غير أن العمل المجدي للصيرفة الإسلامية يظهر جليا في البنوك الإسلامية القائمة في حد ذاتها والتي لها المكانة في التقدم بأعمال الصيرفة الإسلامية، وتقديم منتجات مستحدثة ووجدنا من خلال دراستها لموضوع بحثنا ملامسة بسيطة لبنوكنا الإسلامية والقطاع السياحي والاستثمار فيه والذي مرده لأسباب مختلفة تنحصر أساسا في عدم إقبال المواطنين على بنكي السلام والبركة، فالتجربة في حد ذاتها غير واضحة وكذا صعوبة ربط السياحة بتعاملات الصيرفة الإسلامية لأن الصناعة السياحية دائما ما تعاني من تذبذب إيراداتها، كما يرجع السبب لعدم وجود أبحاث ودراسات تحدد العناصر الفاعلة ومقاربة الدراسة بتجارب ناجحة، ومع هذا لا يمكن أن نستثني الجهود المبذولة في وضع خطط ونماذج تمويلية واستحداث منتجات من قبل بنكي السلام والبركة وتدارك ما فات وخصوصا استعادة السياحة ما بعد جائحة كورونا ونقدم في العنصر الموالي مختلف الصيغ المتاحة والمطروحة في مجال السياحة من قبل مصرف السلام والبركة.

¹ يمكن الاطلاع على شروط الاستفادة من هذا القرض عبر بوابة الصيرفة الإسلامية والموقع الرسمي للبنك:

<https://www.bna.dz>

ثانيا: الصيغ التمويلية المتاحة للبنوك الإسلامية الجزائرية في قطاع السياحة:

تختلف سياسات بنكي السلام والبركة في طرح صيغهما التمويلية للقطاع السياحي وذلك لتوجيهها في منتجات تمويلية محددة النمط والتي تم التطرف إليها في الفصل السابق غير أن التطورات الراهنة جعلتهما يستحدثان صيغ ومنتجات تمويلية تخدم الصناعة السياحية وتستقطب العاملين والراغبين فيها.

1. الصيغ التمويلية للقطاع السياحي لبنك السلام :

تتعدد الصيغ التمويلية التي يستخدمها بنك السلام سواء للأفراد أو المستثمرين وتختلف بحسب القطاع الموجه له فنجد أن التمويلات المقدمة للأفراد ضمن القطاع السياحي تتضمن¹:

أ. دفتر الاستثمار سياحي :

هو دفتر استثمار وضعه مصرف السلام الجزائر للاستفادة واستثمار أموال الأفراد وتقديم رحلات سياحية داخل الوطن بالتقسيط مع إحدى الوكالات السياحية المعتمدة من المصرف من خلال فتح حساب دفتر الاستثمار سياحي بمبلغ 30000 دج كحد أدنى مع الالتزام بالادخار ولمدة سنتين بعد الاستفادة من العرض.

من مميزات هذا المنتج:

- دفتر الاستثمار معتمد من قبل الهيئة الشرعية للمصرف.
- الاستفادة من رحلات التقسيط مع إحدى الوكالات السياحية المعتمدة من المصرف.
- الاستفادة من تخفيض يبلغ 10000 دج لكل رحلة مسددة نقدا.
- المشاركة في القرعة الشهرية للفوز برحلة مدفوعة التكاليف .
- وسيلة سهلة وآمنة لاستثمار الأموال.

¹ الموقع الرسمي لمصرف السلام: <https://www.alsalamalgeria.com> ، تاريخ الاطلاع :

- إمكانية التنازل عن امتيازات الرحلة لشخص آخر (يدخل فيها رحلات بالتقسيط، الفوز بالقرعة أو التخفيض).

- يتم اقتسام عوائد الأرباح المحققة كل 3 أشهر.

ب. دفتر الاستثمار عمري:

يقتصر هذا الدفتر والتمويل من قبل مصرف السلام على أداء مناسك العمرة واستثمار الأموال بكل أمان وفق الأحكام الشرعية.

من مميزات هذا المنتج:

- دفتر ادخار معتمد من قبل الهيئة الشرعية للمصرف.
- الاستفادة من عمرة بالتقسيط مع إحدى الوكالات المعتمدة من قبل المصرف.
- الاستفادة من تخفيض قدره 10000 دج لكل عمرة مسددة نقداً.
- المشاركة في القرعة الشهرية للفوز بعمرة مدفوعة التكاليف.
- وسيلة سهلة وآمنة لاستثمار الأموال.
- إمكانية التنازل عن امتيازات العمرة لشخص آخر (يدخل فيها عمرة بالتقسيط، الفوز بالقرعة أو التخفيض).
- يتم اقتسام عوائد الأرباح المحققة كل 3 أشهر.

ومن خلال الدفترين المقدمين سابقاً نجد أن الصيغة الشرعية لهما هما المراجعة غير أن الاستفادة مقسطة سواء الخرجة السياحية أو للعمرة تكون بالتقسيط مع ضمان عامين ادخار بعد الاستفادة من العرض كما وتعاقد المصرف مع مجمع 'نسيب للسياحة' وإطلاقه لخدمة 'تحواس' وخدمات سياحية بالتقسيط تحت مسمى 'سياحتي'¹ تمنح للمكتتبين الاستفادة من الإقامة السياحية بالتقسيط، سواء كانت سياحة صيفية أو حموية أو سفر داخلي في جميع فصول السنة، كما أن هذه الخدمة تخص جميع شرائح المجتمع الجزائري، فمهام المصرف تتمثل في خدمة الادخار، في حين يكون على عاتق مجمع 'نسيب للسياحة' تقديم خدمة التقسيط بالتعاون مع المصرف .

¹ الموقع الرسمي لمصرف السلام <https://www.alsalamalgeria.com> تاريخ الاطلاع:

و بذلك يمكن للسائح الجزائري من قضاء عطلته السنوية في الجزائر، و ذلك في إطار إستراتيجية التشجيع على السياحة الداخلية و دفع السائح الجزائري على الحفاظ على العملة الصعبة في البلاد، كما أن السياحة بالتقسيط تجعل الفرد الجزائري مرتاحا في عملية التسديد.

وتتم العملية أثر مباشرة العائلات الجزائرية بفتح دفاتر ادخار على مستوى بنك السلام وعلى إثر هذا الإجراء يستطيع زبائن البنك الحصول على خدمة السياحة بالتقسيط من طرف "مجمع نسيب للسياحة" في إطار عملية شراكة تجمع البنك و المجمع السياحي .

كما هو الحال مع الوكالات السياحية المتعاقدة مع مصرف السلام ورغم أن التجربة بالكاد بدأت (منذ ماي المنصرم) إلا أنها تعتبر من النماذج المشابهة لتمويلات مصرف الراجحي لتقسيط السفر.

أما استخدام آلية البيع بالتقسيط فتظهر جليا في صيغة التقسيط للسيارات كما سبق وذكرنا المنتجات التمويلية التي يقدمها بنك السلام، وعليه يمكن أن يقدم كمقترح تمويلي لوكالات تأجير السيارات كنوع من الدعم للصناعة السياحية إذ أن توفير السيارات المؤجرة من شأنه أن يساعد في التسهيل على السائح زيارته و خرجاته السياحية.

أما الصيغ الأخرى و المتمثلة في الإجارة و الاستصناع إذا ما تم اعتمادها بتقسيط مبلغ القرض و توجيهها إلى المشاريع الصغيرة و المتوسطة و الناشطة في مجال السياحة، كتشديد فنادق و انجاز و تجهيز مركبات ومنتجات سياحية و تقديم كل الدعم من قبل مصرف السلام.

2 . الصيغ التمويلية للقطاع السياحي لبنك البركة :

يعتمد بنك البركة صيغ تمويلية متعددة و عقده لاتفاقيات مختلفة تدعم جل المشاريع الصغيرة و المتوسطة و كذا طويلة الأجل و ذلك بالقروض المدعمة من قبل الدولة مع الوكالات المعتمدة (ANGEM ، ANSEJ ، CNAC) و المتمثلة في ¹ :

قروض طويلة المدى، قروض متوسطة المدى، قروض استهلاكية، القرض الايجاري، القروض بالإمضاءات، قروض الصندوق، و حتى القطاع السياحي يستفيد منها و هنا نجد أن الدولة عن

¹ الموقع الرسمي لبنك البركة الجزائري: www.albarakabank.dz ، تاريخ الاطلاع: 2022-08-24.

طريق الوكالات الوطنية لدعم و تشغيل الشباب تدعم القروض الخاصة بالمهنيين و المؤسسات و التجار الراغبين في الاستفادة من الخدمات المبتكرة لبنك البركة، كما أن الوكالة الوطنية لتطوير السياحة تعمل بالشراكة و باتفاقية بين وزارة السياحة و البنوك العمومية و بنك البركة على تقديم التمويل ضمن المهام التي تقوم بها من أجل ضمان و حماية التوسع السياحي و المحافظة عليه، ضمان صيانة المنشآت و المعدات و إجراء دراسات و تهيئة الأراضي المخصصة للأنشطة السياحية و الفنادق و المنتجعات¹، وذلك بالتعاون مع الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار التي استبدلت مؤخرا باسم الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (في شهر أكتوبر المنصرم) بحسب المرسوم التنفيذي 22-298 المؤرخ في: 08 سبتمبر 2022، حيث تعمل على إيجاد مصادر تمويل في كافة القطاعات التي تخدم السياحة، البنية الفوقية، النقل (الموانئ، الطيران)، الاتصالات و البنية التحتية .

و في ظل ما تمنحه الدولة من امتيازات للمشاريع نجد أن بنك البركة قد استطاع تمويل مشاريع تخص الفنادق و الوكالات السياحية لم نستطع التوصل إلى إحصائيات مضبوطة عن عدد المشاريع الممولة من قبل بنك البركة .

أما بخصوص بطاقات الدفع الائتماني فتعتمد البركة على بطاقة فيزا بلاتينيوم و التي تغطي احتياجات السفر سواء المبيت و الأكل و التنقل و بكل أمان و أريحية، في فنادق فاخرة و بأسعار تفضيلية، فالبطاقة المصرفية دولية عالية الجودة تحمل العديد من المزايا وخاصة فيما يتعلق بالتحويلات وكذا تقدم عروض من حين لآخر .

نجد أن كل من بنك البركة و السلام في الجزائر لا يقدم الكثير ضمن التوليفة المتنوعة لمنتجاته التمويلية للقطاع السياحي، حيث أن المميزات المتعددة التي قد تقدمها البنوك الإسلامية في تمويلها للقطاع السياحي من شأنه أن يغير مسارات ترقية الصناعة السياحية، وهذا ما قد لمسناه من خلال دراستنا لمصرف الراجحي في المملكة العربية السعودية.

¹ الموقع الرسمي للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار ، www.aapi.dz ، تاريخ الاطلاع : 2022/10/30.

المطلب الثالث: الاستفادة من تجربة مصرف الراجحي لترقية الصناعة السياحية

بالجزائر وفق آلية البيع بالتقسيط

من خلال دراستنا لتجربة مصرف الراجحي كأحد أهم المصارف الإسلامية الرائدة في المملكة العربية السعودية وجدنا انه قام بخطوات عملاقة في تمويلاته للقطاع السياحي السعودي وبذل الجهود في توسيع وتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة و الكبيرة الناشئة في المجال السياحي و السير بخطى ثابتة وفق رؤية المملكة 2030، أي برؤية استشرافية من قبل الهيئات و المنظومة السياحية استطاع مصرف الراجحي بالتعاون مع صندوق التنمية السياحي وكذلك برنامج كفالة من تحقيق ما كان مرجو ومسطر له ضمن خطط لترقية الصناعة السياحية، الأمر الذي أبرز تميز المنتجات التمويلية الإسلامية في تحقيق إيرادات سياحية معتبرة للمصرف و للمملكة وتوسيع نشاطاته في ذات السياق وتوجهه نحو اعتماد البيع بالتقسيط كآلية تسهيلية لما تحمله من ميزات في حال عدم توفر السيولة اللازمة للمشاريع السياحية، التسديد المريح للأفراد في خرجاتهم السياحية و غيرها من الميزات.

فمن خلال تعمقنا في هذه الدراسة استخلصنا جملة من المقترحات التوجيهية الهيكلية، و أخرى تمويلية اعتمادا على تجربة مصرف الراجحي وإسقاطه على ميكانيزمات النشاط السياحي في الجزائر، من شأنه أن يجعل الاعتماد على الصناعة السياحية كبديل لقطاع المحروقات، وإرساء قواعد الصيرفة الإسلامية بمختلف ابتكارات الصناعة المالية الإسلامية تلبية وإرضاء لشريحة لا بأس بها تحاول فهم الآليات التمويلية و الثقة بها و حدوث مقارنة بين القطاع السياحي و المصرفية الإسلامية وفق لها تملية أحكام شريعته السحاء.

أولا: مقترحات توجيهية وهيكلية:

وهي مقترحات تدخل ضمن اللوائح التنظيمية التي تخص قطاع الصناعة السياحية، وبالرغم من جهود الدولة في خلق هيئات تشرف على النشاط السياحي وأخرى تعمل على تطوير وترقية الاستثمار فالوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار تعمل وفق آليات رقابية تقليدية من قبل وزارة السياحة في الجزائر دون دعمها ببرامج ضمان المشاريع السياحية، فمقارنتها بصندوق التنمية السياحي بالمملكة نجد أنه مدعوم من وزارة المالية بالمملكة من خلال برنامج كفالة وجعل له الحق في اختيار المشاريع المكفولة

من قبل المؤسسات التمويلية، فإعطاء مساحة أكبر يصبح له الدور التوجيهي ووضع اتفاقيات تمويلية مع البنوك الراغبة في توسيع عملها في القطاع السياحي .

فيما يخص الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار وما يملكه هذا الجهاز من قدرة على متابعة المشاريع المرتبطة بالصناعة السياحية وخاصة المتعلقة بالبنية التحتية فالأجدر وضع خطط وبرامج له هو الآخر لاستهداف القطاعات الغير بارزة في الاقتصاد، ووضع دراسات ونماذج حول القطاعات المهمشة سعيا لفهم وتقييم الأنظمة المعمول بها ومدى كفاءتها وإنشاء قاعدة بيانات تخص قطاع السياحة وما يستتبعه من متطلبات لإرساء و تفعيل المنصة الرقمية لتسيير و متابعة المناطق و المواقع السياحية والمنشآت السياحية التي انطلقت في أفريل المنصرم وذلك في إطار التعاون مع الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار و الوكالة الفضائية الجزائرية و التي تسمح في التحكم و اتخاذ القرارات المناسبة و توفير و حماية المعلومات المحينة و كل ما يتعلق بالصناعة السياحية و المشاريع الاستثمارية في القطاع ¹.

السماح بتقديم أفكار و مبادرات جديدة و مبتكرة لتعزيز و ترقية الصناعة السياحية في منظومة العمل الاقتصادي في ظل الإمكانيات و القدرات الهائلة التي تتمتع بها البلاد فبات لزاما على الجهات المختصة إيجاد حلول تمويلية مبتكرة و مقارنة القطاع السياحي من البنوك و العمل على الدعاية و الإعلان لتوعية الأفراد بالنماذج المقدمة في هذا السياق .

ثانيا : مقترحات تمويلية ضمن منتجات الصيرفة الإسلامية:

إن الاستثمار لترقية الصناعة السياحية يحتاج إلى العمل في عدة ميادين لتحقيقه من استثمار في قطاع النقل و الاتصالات، الفنادق و المنتجعات السياحية إلى غيرها من القطاعات الداخلة في النشاط السياحي، فالبنوك الإسلامية الجزائرية تحتاج إلى محاكاة تجربة مصرف الراجحي كنموذج مقترح للاستفادة من قياس مدى قدرتها على خوض مجال تمويل مثل هذه الأنشطة وفقا للآليات و المنتجات التي تستخدمها و إن كانت حديثة العهد بخصوص مجال الاستثمار في المشاريع السياحية

¹ Alegria press service , www.aps.dz , consulté le: 16/07/2022

فإعطاء مقترحات تمويلية من شأنها أن تثري و توجه المشاريع السياحية نحو العمل و البنوك الإسلامية إن وجد الدافع والدعم .

1- بالنسبة للأفراد:

يجب العمل مسبقا على التوعية و الإيضاح حتى يتمكن الأفراد من الثقة في المنتجات التمويلية المعتمدة و يمكن اقتراح الآتي:

أ- تقديم تحفيزات مادية سواء بخصومات على السفريات أو تقسيط الخرجات السياحية أو تسهيلات تقدم عن طريق بطاقات الدفع الائتماني كتسهيل الحجوزات (الفنادق، المطارات).
ب- تقديم توليفة متنوعة من العملات الأجنبية لبطاقات الدفع تغني المتعامل عناء التفكير في صرف العملة و الاستفادة و الاستمتاع من إجازته دون عناء.

ت- تقديم قروض شخصية أو استثمارات دفاتر الادخار لفائدة الأفراد و العائلات لغرض تقسيط رحلاتهم لقضاء إجازاتهم أو حتى القيام بالحج أو العمرة على أن يستوفى الدفع لاحقا و بأقساط مريحة و ذلك وفقا لآليات البيع بالتقسيط و تطبيقاته المعاصرة.

ث- التعاقد و الاتفاق بين الوكالات السياحية و الفنادق و المنتجات والإقامات السياحية و حتى مراكز العلاج و السياحة الحموية و البنوك الإسلامية لتقسيط الجولات و السفريات السياحية للأفراد و عائلاتهم قصد جذب و تعريف الأفراد بالمؤهلات السياحية والترويج لها.

2- بالنسبة للمستثمرين و الشركات السياحية:

قدمنا جملة من المقترحات التمويلية استنادا إلى آليات البيع بالتقسيط المعاصرة و بالمحاكاة مع مصرف الراجحي:

أ- تقديم قروض تعاقدية طويلة الأجل وفق آلية المشاركة المتناقصة و ذلك وفق شروط تتم بين صاحب المشروع السياحي و البنك الإسلامي و هي¹:

¹ أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية في اندونيسيا وبروناي دار السلام ، مرجع سبق ذكره، ص

- عقد المشاركة يتكون من الشراكة و البيع (بحسب ما يتطلبه المشروع السياحي).
- توفير رأس المال أو المشروع المطلوب حسب الاتفاق.
- تقاسم الربح حسب الاتفاق .
- تكون الخسارة حسب حصة كل شريك من رأس المال المشارك به فقط.
- المواعدة بين المصرف و العميل، فالطرف الأول وهو البنك يبيع كل حصته للطرف الثاني المتمثل في صاحب المشروع يقوم بالشراء.
- يتم إبرام عقد البيع في نهاية الاتفاق لتنتقل ملكية المشروع للعميل.
- ب- عمليات التأجير التمويلي:

هي عمليات تقدم حاجة المشروعات السياحية إلى معدات و مستلزمات و تجهيزات لتقديم خدماتها السياحية و الفندقية المتعلقة بكافة النشاطات و ظهر هذا النوع من التمويل تحت مسميات عديدة كالإجارة المنتهية بالتملك، الإجارة ثم البيع¹، وهنا نكون أمام منتج مصرفي إسلامي عبارة عن عقدان بصورة واحدة أي من العقود المركبة، و حقيقة هذا العقد هي عقد بيع بالتقسيط، و خوفا من عدم تسديد المثلث سمي بعقد الإجارة و في نهاية هذه الإجارة تتحول الملكية إلى المشتري بعقد ملكية جديد، و المتفق عليه أنه يتم تمويل لشراء معدات أو أصول رأس مالية تخص المشروع السياحي و يقوم فيه المؤجر (البنك) بتمويل ما يتطلب منه من صاحب المشروع السياحي و بالمواصفات المطلوبة و يتم التسديد على دفعات بحسب الاتفاق .

يمكن لبنكي السلام و البركة اعتماد منتج لتمويل تأجير السيارات للفنادق أو المشاريع السياحية الكبرى و توفير ما تحتاجه من سيارات تصبح ملكا لها في نهاية تسديد الأقساط المتفق عليها.

¹ أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية في اندونيسيا، و بروني دار السلام، مرجع سبق ذكره، ص 146.

ت- فتح فروع من بنك السلام و البركة متخصصة في مجال تمويل المشاريع الصغيرة و المتوسطة و الناشئة بالتعاون مع المشروع السياحي و تقديم المشورة التقنية و الفنية و حلول تمويلية و تطوير الإطار المصرفي في المجال السياحي و استقبال كل الطلبات التمويلية الخاصة بالمشاريع السياحية و بالتالي يصبح هناك بنوك إسلامية متخصصة في مجال ترقية الصناعة السياحية و الحرص على توفير جميع متطلباتها.

خلاصة الفصل الخامس:

مما سبق خلصنا إلى أن الصناعة السياحية أحد الروافد المهمة للاقتصاد و التنمية إذا ما اعتمدنا ارتباطها بالعديد من القطاعات الأخرى فضلا عن دورها البارز من توفير الوظائف وتنشيط حركة الاستثمار في قطاعات الصناعة و الفنادق و البنية التحتية إضافة إلى توفير أسباب فرص النجاح لأصحاب المشاريع الصغيرة و المتوسطة الناشطة في القطاع.

فمحاكاة تجربة المملكة العربية السعودية للقطاع السياحي ومساهمة هذا الأخير المباشرة في الناتج المحلي القومي و إجمالي الاستثمارات بالمملكة واعتمادها على رؤية استشرافية والمشاركة المهمة لمصرف الراجحي المختص في مجال التمويل الاسلامي لترقية الصناعة السياحية بالمملكة، و تحديدا استناده على منتج البيع بالتقسيط و ابتكاراته المستحدثة يعد من المرتكزات المساعدة للنهوض بالقطاع وتحقيق عوائد لا تقل أهمية عن القطاعات الأخرى.

فالنهوض بالقطاع السياحي بالجزائر يعتمد على إرساء قواعد الصيرفة الإسلامية وما تقدمه من ابتكارات تمويلية وجعل التزاوج بين الصناعة السياحية وبنكي السلام و البركة ممكنا وذلك بتقديم برامج تمويلية وتحفيزية وإشراف الهيئات الرسمية العاملة في القطاع السياحي وجعلها حلقة وصل بين الأفراد و المستثمرين و البنوك الإسلامية من خلال اعتماد آلية البيع بالتقسيط، الأمر الذي من شأنه إحداث طفرة كبيرة في المرحلة المقبلة خصوصا مع الأحداث التي شهدتها الساحة السياحية الجزائرية مؤخرا من احتضان الجزائر لعدة تظاهرات دولية خلال الست أشهر الماضية بدأ من الدورة التاسعة عشر لألعاب البحر الأبيض المتوسط من 25 جوان إلى 5 جويلية 2022 في وهران، و كذلك تظاهرت الصالون الدولي للسياحة والأسفار في طبعته الواحدة و العشرين من 29 سبتمبر إلى 02 أكتوبر 2022 بقصر المعارض- الصنوبر البحري- الجزائر و يعد من أهم التظاهرات السياحية المنظمة بالجزائر و تم تنظيمه ولأول مرة بالشراكة بين وزارة السياحة و الصناعات التقليدية و مركز التجارة العالمي، دون أن ننسى قمة لم الشمل بمؤتمر القمة العربية في نسخته الحادية و الثلاثون و الذي حضره أكثر من 8205 مشارك لعشرين دولة عربية في الفاتح من نوفمبر لهذه السنة.

كل هذه التظاهرات من شأنها أن تروج للسياحة بالجزائر لتغذوا وجهة سياحية فريدة على المستوى الإقليمي و العالمي.

و تركيزنا في بحثنا على أحد آليات التمويل المصرفي الإسلامي و دور البيع بالتقسيط و تطبيقات المعاصرة وإيجاد حلول تمويلية من نشأته أن يعزز و يعمل على ترقية الصناعة السياحية و ما يحمله هذا المنتج التمويلي من خصائص و مميزات يحتاج إلى المزيد من الدراسات و الاستطلاعات لإرساء قواعد الصيرفة الإسلامية و توسيع نشاط عمل مصرفي السلام و البركة بالجزائر و كذلك العمل على ترقية الصناعة السياحية كبديل لقطاع المحروقات .

الختامة

الخاتمة:

من خلال ما عرضناه في دراستنا بشقيها النظري و التطبيقي اتضح لنا أن آلية البيع بالتقسيط مشروعة و لها عدة تطبيقات حديثة في البنوك الإسلامية كما يمكن أن تخدم الصناعة السياحية بمختلف مجالاتها، فاستخدام آلية البيع بالتقسيط في تمويل المشاريع السياحية و الصناعات التي تخدم القطاع بما تحمله الآلية من خصائص و تطبيقات حديثة يمكن من ترقية الصناعة السياحية .

فحاولنا من خلال هذا البحث إبراز دور البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر دراسة استشرافية لبنكي البركة و السلام و محاكاتها مع تجربة المملكة العربية السعودية من خلال مصرف الراجحي و حاولنا من خلال الصيغ التمويلية المبتكرة و المستحدثة للبيع بالتقسيط عمل مقارنة بين القطاع السياحي و البنوك الإسلامية لوضعه ضمن برامج المخططات التنموية .

أولاً: نتائج البحث

- أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة و التي قدمت إجابة على الفرضيات :
- يعتمد المنتج السياحي في بيعه و تقديمه لخدمة على أسس بناء الصناعة السياحية و تشمل: الضيافة و الفنادق، النقل و الإطعام و الإعاشة.
 - تطوير السياحة و ترقيتها يعتمد على التخطيط السياحي و السوق السياحية و العمل على تحقيق التوازن بين العرض و الطلب السياحي، إضافة إلى تطوير المرافق الأساسية للخدمات السياحية و الذي يكون وفق برامج ذات أبعاد زمنية و مكانية و مؤسسية .
 - الصناعة السياحية هي صناعة الصناعات فهي متداخلة و متكاملة و تعتمد على تفاعل كل التجهيزات و العمالة و الموارد الطبيعية و المالية للقيام بالخدمات السياحية الأساسية سواء على صعيد الخدمات الفندقية و أماكن الإيواء أو الخدمات المواصلاتية و النقل أو وكالات السياحة

- والأسفار وكذا خدمات الإعاشة والإطعام وذلك وفق برامج تخطيطية وتسويقية وإعلامية، فهي صناعة متكاملة لسوق اقتصادية قوامها الخدمات وهذا كله من أجل إشباع رغبات السائح.
- أهم الآثار الاقتصادية التي يبرزها النشاط السياحي من خلال الدور التنموي للقطاع و ذلك عبر تحسين ميزان المدفوعات، خفض معدلات البطالة، ويعمل على تحسين المرافق العامة و البنية التحتية .
 - مجالات الاستثمار في الصناعة السياحية عديدة و تخص الاستثمار في القطاعات المكملة للقطاع السياحي ومن مصادر تمويلات متعددة و مختلفة.
 - للبيع بالتقسيط تطبيقات معاصرة تتداخل و آليات تمويلية أخرى كالتورق و البيع بالمrabحة للأمر بالشراء و المشاركة المتناقصة و الإجارة المنتهية بالتملك.
 - تؤثر الصناعة السياحية و تتأثر (علاقة طردية) بكافة النشاطات الاقتصادية من النفقات و الإيرادات السياحية و ميزان المدفوعات و الناتج الوطني الخام و التشغيل، و إن كان التأثير يبدو بسيطاً غير أن توفير المتطلبات الرئيسية و بذل جهد و اهتمام أكثر من شأنه أن يغير المعطيات .
 - تتعدد و تختلف مصادر تمويل المشاريع السياحية من مصادر داخلية و خارجية و مع ذلك تحتاج إلى ابتكارات تمويلية مستحدثة في القطاع .
 - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 حقق نتائج ايجابية نوعاً ما في مجال الصناعة السياحية غير أنه ما يزال بعيداً عن النتائج المرجوة و الذي ضم تحته مخطط وجهة الجزائر، الأقطاب السياحية بامتياز ، مخطط جودة السياحة و مخطط الشراكة العمومية والخاصة و مخطط تمويل السياحة و التي يتم الإشراف عليها من هيئات مختلفة و الهدف واحد و هو ترقية الصناعة السياحية بالجزائر و إبراز الجزائر كوجهة سياحية رائدة .
 - الاستفادة من تجربة المملكة العربية السعودية من خلال تجربة مصرف الراجحي يعد خطوة مهمة نحو مقارنة البنوك الإسلامية من القطاع السياحي و يعود بالنفع للطرفين، و لا يحتاج للكثير و إنما إتباع أفضل السبل المستقاة من التجربة ككل.

ثانيا: الإجابة على الفرضيات

من خلال دراستنا أصبح من الممكن الإجابة عن الفرضيات المطروحة من خلال النتائج المتحصل عليها:

- الفرضية الأولى: 'مميزات البيع بالتقسيط تريح السائح من التفكير في عبء مالي إضافي، صحيحة فالتكاليف الباهظة للسفر أوجبت التفكير في تقسيط الخرجة السياحية، ووضع مقترحات تمويلية تجعل الاستفادة من متعة السياحة و السفر دون الوقوع في أعباء مالية.
- الفرضية الثانية: 'يمكن للبيع بالتقسيط من خلال تطبيقاته المعاصرة أن يساهم بالكثير في مجال الصناعة السياحية، هذه الفرضية صحيحة فمن خلال عرضنا و محاكاة لتجربة المملكة العربية السعودية وجدنا من خلال مصرف الراجحي أهم المميزات المقدمة في تقسيط تمويل المشاريع السياحية بمختلف أنواعها إضافة إلى عروض السفر بالتقسيط جعل من الصناعة السياحية السعودية رائدة بمختلف قطاعاتها و حتى أن مميزات التطبيقات المستحدثة للبيع بالتقسيط أبرزت الإضافة الكبيرة التي تحدثها في القطاع السياحي.
- الفرضية الثالثة: 'الاعتماد على تجربة المملكة العربية السعودية كتجربة رائدة في مجال التمويل الاسلامي للصناعة السياحية يمكن أن يسرع عجلة نمو الصناعة السياحية بالجزائر، أجل يمكن اعتماد تجربة المملكة العربية السعودية كتجربة رائدة في مجال التمويل الاسلامي للصناعة السياحية و تطبيقها في الجزائر وذلك من خلال جملة المقترحات المقدمة.
- الفرضية الرابعة: 'مقومات الجزائر السياحية يمكنها من اعتماد اقتصاد سياحي بدل الريعي، فرضية صحيحة إلى حد ما يمكن التنويع في اعتماد عدة قطاعات من بينها قطاع السياحة بما يملكه من المقومات و الإمكانيات الهائلة سواء الطبيعية أو التاريخية و الحضارية الثقافية إضافة للقطاعات الداخلة في الصناعة السياحية، و مع ذلك يلزم الكثير من الجهود من قبل الجهات الوصية من أجل إبراز إمكانيات القطاع و تطويره.
- الفرضية الخامسة: 'تمويل البيع بالتقسيط للاستثمارات و المشاريع السياحية ابتكار تمويلي من شأنه ترقية الصناعة السياحية، تعتبر الفرضية صحيحة و ذلك نظرا للتمويلات الضخمة التي تتطلبها مثل هذه المشاريع فالبيع بالتقسيط يوفر لها السيولة المطلوبة لتتطلق أو توسع نشاطاتها

و الدفع المقسط يريحها، و من ناحية أخرى باعتبار البيع بالتقسيط أحد صيغ التمويل الإسلامية هو ما قد يميزه في تمويل قطاع السياحة الحلال .

التوصيات و الآفاق:

في نهاية دراستنا وضعنا جملة التوصيات و الآفاق التي نراها مناسبة من خلال تعمقنا في واقع استخدام آلية البيع بالتقسيط لدى البنوك الإسلامية الجزائرية في ترقية للصناعة السياحية:

أولاً: التوصيات

- يجب على البنوك الإسلامية العمل على توضيح أكبر لآليات التمويل الإسلامية و خاصة آلية البيع بالتقسيط وتنويع مجالات استخدامها ووضع ابتكارات و صيغ مستحدثة من شأنها أن تخدم الصيرفة الإسلامية بشكل أوسع.
- التأكيد على أهمية و دور التمويل الإسلامي عموماً و البيع بالتقسيط خصوصاً في تمويله للصناعة السياحية و ترقية باعتبارها الأصل و ليس البديل للتمويلات التقليدية الربوية باعتبارنا دولة مسلمة.
- العمل على الاستفادة من التجارب و خاصة التجربة محل الدراسة باعتبارها من التجارب الناجحة و الاستفادة من خبرات مصرف الراجحي للانجازات المقدمة للقطاع السياحي السعودي و خبراته الطويلة في مجال التمويل الإسلامي.
- العمل على ترسيخ و تقريب الصيرفة الإسلامية في أذهان الأفراد و المجتمع و جعلها الوسيلة التمويلية المثلى في جميع معاملاتهم المالية .

ثانيا : الآفاق

نجد أن هذه الدراسة لا تكفي للتبيان أهمية آلية البيع بالتقسيط في ترقية الصناعة السياحية و مقارنة البنوك الإسلامية بالقطاع السياحي، فنقترح المواضيع التالية:

- دور التمويل الإسلامي في النهوض بالقطاع السياحي دراسة مقارنة.
- ترقية الصناعة السياحية تجارب المصارف الإسلامية للدول العربية .
- دور النوافذ الإسلامية في تشجيع السياحة المحلية.
- مناهج التمويل في المصارف الإسلامية.
- أبعاد التمويل بآلية البيع بالتقسيط في المصارف الإسلامية.

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: الكتب و المصادر:

1- القرآن الكريم و أحاديث السنة النبوية.

2- الكتب باللغة العربية:

1. إبراهيم حرب، إسماعيل العواملة، خالد مقابلة وآخرون، الاستثمار في الأردن فرص وآفاق، ندوات مقدمة مركز دراسات الشرق الأوسط، ط1، عمان، 2002.
2. إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا السياحية، تطبيقات على الوطن العربي مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
3. ابن تيمية، مجموع فتاوى ابن تيمية، مكتبة العبيكان، ط1، الرياض، 1997.
4. ابن قدامة، تحقق منه عبد الله التركي، عبد الفتاح الحلو، المغني، دار الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط3، الرياض، 1998.
5. ابن منظور، لسان العرب، مطبعة دار المعارف، المجلد4، القاهرة، 2007.
6. أحمد الجلاذ، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2002.
7. أحمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد، دار المعارف للنشر، مصر، د.س.ن.
8. أحمد بن علي العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، دار التقوى للتراث، القاهرة، ج4، د.س.ن.دط.
9. أحمد بن علي العسقلاني، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، دار التقوى للتراث، القاهرة، د.س.ن، د ط، ج9.
10. أحمد بن محمد الفيومي، المصباح المنير، دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع، ج1، بيروت، لبنان، 2009.
11. أحمد سليمان خصاونة، المصارف الإسلامية (مقررات لجنة بازل تحديات العولمة إستراتيجية مواجهتها)، دار الجدار للكتاب العالمي، عمان، الأردن، 2008.
12. أحمد صبحي العيادي، أدوات الاستثمار الإسلامية (البيع، القروض، الخدمات المصرفية)، دار الفكر، الأردن، 2010.
13. أحمد عبد الرزاق أحمد وآخرون، الإرشاد السياحي، دار الإتحاد، القاهرة، 2011.
14. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، 2008.

15. أحمد فراج حسين، الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، د.س.ن.
16. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة، ط1، الأردن، 2007.
17. أحمد ملوخية، اقتصاديات السياحة، مكتبة بستان المعرفة، مصر، 2005.
18. آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002.
19. أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
20. أكرم كرمول، تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، د س ن.
21. أماني رضا، الإعلام و السياحة، أطلس للنشر و الإنتاج الإعلامي، مصر، 2016.
22. البخاري، كتاب البيوع في صحيح البخاري، باب البيعان في الخيار ما لم يتفرقا، دار الحديث، ط1، القاهرة، 2000.
23. بدر حميد عساق، التخطيط السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
24. البهوتي منصور بن إدريس، شرح منتهى الإرادات، عالم الكتب، ج2، لبنان، 1996.
25. الترميذي، محمد بن عيسى، سنن الترميذي، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، ط2، ج3، مصر، 1395 هـ.
26. توفيق حسين فرج، عقد البيع والمقايضة، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1985.
27. جاي كاكندا وآخرون، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة وقت الفراغ، تمت ترجمته، سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007.
28. جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر، 2003.
29. حسن أيوب، فقه المعاملات المالية في الإسلام، دار السلام، ط1، القاهرة، 2003.
30. الحطاب، مواهب الجليل في شرح مختصر الشيخ خليل، دار رضوان للنشر، ط1، المجلد 3، نواكشوط، موريتانيا 2010.
31. حمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
32. خالد بن عبد الله بن براك الحافي، الإجارة المنتهية بالتملك في ضوء الفقه الإسلامي، جامعة الملك سعود الرياض، ط2، 1421 هـ.

33. خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار زهران، ط1، عمان، 1999.
34. رفيق يونس المصري، التمويل الإسلامي، دار القلم، ط1، دمشق، 2012.
35. رفيق يونس المصري، بيع التقسيط تحليل فقهي واقتصادي، الدار الشاملة للطباعة والنشر، دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 1997.
36. ريهام يسرى السيد، أسس صناعة السياحة، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2020 .
37. زيد منير سلمان، الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
38. ستيفن بيچ، إدارة السياحة، دار الفاروق، ط1، القاهرة، 2008.
39. سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات السفر، مكتبة لأنجلو المصرية، ط1، القاهرة، 2010.
40. سليمان بن تركي التركي، بيع التقسيط وأحكامه، دار إشبيليا، الرياض، ط1، 2003.
41. صادق راشد الشمري، أساسيات الصناعات المصرفية الإسلامية (أنشطتها والتطلعات المستقبلية)، دار اليازوي العلمية، عمان، الأردن، 2008.
42. صلاح الدين حريوطي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، ط1، سوريا، 2004.
43. عاطف الأخرص، سمير حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، دار البركة، ط1، عمان، 2001.
44. عبد الإله أبوعياش و حميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي مدخل استراتيجي، دار الوراق للنشر و التوزيع، ط2، عمان، 2010.
45. عبد الرحمان بن محمد عوض الجزيري، الفقه على المذاهب الأربعة، جزء أحكام البيع و ما يتعلق به، دار الكتب العلمية، ط2، ج 2، بيروت، لبنان، 2003.
46. عبد الرحمان يسري، قضايا إسلامية معاصرة في النقود و البنوك و التمويل، دون دار نشر، الإسكندرية، 2001.
47. عبد الرزاق رحيم جدي الهيتمي، المصارف الإسلامية بين النظرية و التطبيق، دار أسامة للنشر، ط1، جزء 1، عمان، الأردن، 1998 .

48. عبد اللطيف حمزة، القراري، المصارف الإسلامية (النظرية والتطبيق)، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2011.
49. عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية، دار القلم، ط2، دمشق، 2003.
50. عبيدة عبد السلام حسنة، أثر التخطيط السياحي على التنمية السياحية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
51. عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 1999.
52. علاء الدين بن مسعود الكاساني، بدائل الصنائع في ترتيب الشرائح، دار الكتاب العربي، ط2، بيروت، 1982.
53. علي حيدر خواجه أمين أفندي، درر الحكام، مجلة الأحكام العدلية، دار الجيل، ج2، بيروت، 1991.
54. فؤاد غضبان، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
55. فواز صالوم حموي، إدارة المؤسسات والأسواق المالية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011.
56. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
57. محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2007.
58. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، تسويق خدمات السياحة، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
59. محمد أمين محي الدين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، دار وائل للنشر والطباعة، ط1، عمان، 1998.
60. محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي، مبادئ وأسس نظريات وأساليب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
61. محمد جواد زين الدين المشهداني، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2017.

62. محمد حامد عطا، المنشآت الفندقية والطبية من النواحي الإدارية والمحاسبية والضريبية، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، 2005.
63. محمد رواس قلعة جي، معجم لغة الفقهاء، دار النفائس، ط3، بيروت، لبنان، 1431هـ، 2010.
64. محمد عطية محمد، التجهيزات الفندقية، مكتبة بستان المعرفة للنشر والتوزيع، د س ن.
65. محمد فريد وآخرون، التخطيط والتنمية السياحية، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.
66. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر، ط1، القاهرة، 2002 .
67. محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.
68. مروان السكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، سلسلة الاقتصاد السياحي، جزء 5، ط1، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 1999.
69. مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان، ط1، دمشق، سوريا، 2009.
70. مصطفى يوسف كافي وآخرون، السياحة البيئية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2013.
71. مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ الإرشاد السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط 1 عمان، 2013.
72. مصطفى يوسف كافي، إدارة الإشراف الداخلي في الفنادق، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
73. مصطفى يوسف كافي، إدارة الأمن والسلامة الفندقية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011.
74. مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة دار أرسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2015.
75. موفق عدنان عبد الجبار الحميدي، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

76. ناصر خليفة عبد المولى، محمد الصيرفي، البنوك الإسلامية المفهوم الإداري والمحاسبي، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2010.
77. نوري عبد الرسول الخاقاني، المصرفية الإسلامية (الأسس النظرية وإشكالية التطبيق)، دار اليازوري العلمية، ط1، عمان، الأردن، 2012.
78. هاشم محمد صالح، الجغرافيا السياحية، مكتبة المجتمع العربي، ط1، عمان، الأردن، 2014.
79. هيا جميل بشارت، التمويل المصرفي الإسلامي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، دار النفائس، الأردن، 2008.
80. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
81. وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي و أدلته، دار الفكر، ط3، ج 5، دمشق، 2012.
82. يسرى دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2002.
83. يوسف جعفر سعادة، التربية السياحية، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2000.
84. يوسف كمال محمد المصرفية الإسلامية الأساس الفكري، دار النشر للجامعات المصرية، مكتبة الوفاء، ط2، مصر، 1996.

3- الرسائل و الأطروحات الجامعية:

1. ابراهيم تومي، تكيف معايير السلامة في المصارف الاسلامية في ظل مقررات لجنة بازل الدولية -دراسة حالة مجموعة بنك البركة الاسلامي، أطروحة دكتوراه تخصص نفوذ وتمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017-2018.
2. أحمد مقربين، بيع التقسيط في المصارف الإسلامية (دراسة تحليلية و نقدية في أندونيسيا و برونائي دار السلام)، رسالة ماجستير، كلية الشريعة و القانون، جامعة السلطان الشريف علي الإسلامية، سلطنة برونائي دار السلام، 2015.
3. أولاد الهدار فاتح بلقاسم، دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية، دراسة حالة ولاية غرداية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص الإدارة السياحية والبيئة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012-2013.

4. بديعة بوعقلين، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي دراسة حالة ولاية تيبازة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 1995-1996.
5. بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة، منطقة الزيبان، أطروحة دكتوراه علوم، تخصص نقود و تمويل، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2017.
6. بوكريف زهير، تحليل تموضع المنتج السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من السياح الجزائريين، أطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة البليدة 2، البليدة، 2017-2018.
7. حلالة لويزة، دور التخطيط السياحي في تحقيق التنمية المحلية دراسة ميدانية في القطاعات السياحية لولاية قالمة، أطروحة الدكتوراه ل م د علم الاجتماع، تخصص تخطيط حضري، جامعة قسنطينة 2، 2018-2019 .
8. زرقين سورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017-2018.
9. سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية. دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي، وكالة جيجل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك و تأميمات، جامعة قسنطينة. 2005-2006.
10. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه علوم، علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.
11. عدنان محمد سليم سعد الدين، بيع التقسيط وتطبيقاته المعاصرة في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير، تخصص الفقه الإسلامي، كلية الشريعة، جامعة دمشق، 1423هـ.
12. عمر يوسف عبد الله عابنة، الدفع بالتقسيط عن طريق البطاقات الائتمانية، دراسة فقهية مقارنة، رسالة ماجستير تخصص الفقه والأصول، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، 2006.

13. عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014-2015.
14. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013.
15. عيساني الربيع، دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية، دراسة حالة ولاية سطيف، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
16. مالكي زوهير، مكاتب المتاحف الوطنية الجزائرية شروط وإمكانيات الربط على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، تخصص التكنولوجيا الحديثة للتوثيق والأرشيف، كلية العلوم الإنسانية، جامعة وهران، 2008-2009.
17. مجدي علي محمد غيث، نظرية الحسم الزمني في الاقتصاد الإسلامي، أطروحة دكتوراه، تخصص الاقتصاد و المصارف الإسلامية، جامعة اليرموك، اربد، الأردن، 2006.
18. محمد عبد الله بريكان الرشيد، عقد الإجارة المنتهية بالتملك، دراسة مقارنة مع الشريعة الإسلامية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، تركيا، 2010.
19. محمد يوسف عارف الحاج محمد خطاب، عقد الإجارة المنتهية بالتملك، رسالة ماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2003.
20. مريم شطيبي محمود، دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية، أطروحة دكتوراه علوم تخصص بنوك إسلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2019-2020.
21. مطهري كمال، دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية و البنوك التقليدية في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة- دراسة حالة بنك البركة وبنك القرض الشعبي الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2012.

4- المجلات و الدوريات العلمية:

1. أمال دروعي، محمد يدو، تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر ولاية البلدية نموذجا، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 04، العدد 01، جوان 2021.
2. أيمن علي عبد الرؤوف صالح، تحقيق أقوال الفقهاء في بيع المرابحة لأمر بالشراء، مجلة جامعة الملك عبد العزيز -الاقتصاد الإسلامي-، أكتوبر 2017.
3. بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات رؤية استكشافية وإحصائية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 66، تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ربيع 2014.
4. حسن السيد حامد خطاب، بيع التقيسيط وتطبيقاته المعاصرة، دراسة فقهية مقارنة، مجلة مركز الخدمة والاستشارات البحثية، كلية الآداب جامعة طيبة العلا، المدينة المنورة، يوليو 2006.
5. خلف إبراهيم سليمان الكيكي، شروط البيع بالتقيسيط، دراسة مقارنة بين القانون الوضعي والفقه الإسلامي، مجلة جامعة دهوك، المجلد 21، العدد 1، العراق، 2018.
6. ساحر ناصر حمد الجبوري، إيمان عبد الله جاسم الجبوري، المشاركة في المصارف الإسلامية، مجلة العلوم الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة تكريت، العدد 20، العراق، 1434هـ.
7. سعد عبد محمد، التورق المصرفي وآثاره الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 37، 2013.
8. سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمارة، واقع وآفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جوان 2017.
9. عبد الكريم يحيوي : تمويل البنوك الإسلامية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الحاضر والمستقبل في الجزائر دراسة حالة بنك البركة، مجلة أرصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد رقم 03، العدد الخاص أبريل 2020.
10. عبد الله أبو وهدان، أحمد نوفل، أحكام بيع التقيسيط في الفقه الإسلامي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، فلسطين، المجلد 27، ج 2، 2013.

11. علي أحمد السالوس، البيع بالتقسيط، نظرات في التطبيق العملي، حولية كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة قطر، العدد الثامن، 1990.
12. فضيلة بوطورة، نوفل سمايلي، دور التخطيط السياحي في تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر في إطار المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2030، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 21، 2021.
13. محمد بن سليمان بن عثمان المنيعي، الإجارة المنتهية بالتملك، دراسة فقهية مقارنة، مجلة العدل، وزارة العدل السعودية، العدد 13، 1422هـ.
14. نجار حياة، واقع آليات تمويل الاستثمارات السياحية ودورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، ديسمبر 2017.
15. نجلاء غرابي، توفيق مازوز، شبكة الطرق بالتجمع الحضري عنابة، مجلة مركز البحوث الجغرافية و الكارتوجرافية، العدد 29، كلية الآداب، جامعة المنوفية، مصر، 2020.
16. يحي سعيدي، سليم العمرابي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 36، العراق، 2013.

5- الندوات و المؤتمرات العلمية:

1. خالد بن محمد السيارى، المشاركة المتناقصة لتمويل الأصول الثابتة، ورقة بحثية مقدمة بالمؤتمر الفقهي الثامن لشركة شورى للتدقيق الشرعي المنعقد في الكويت، 8-9 ديسمبر 2019.
2. عبد الكريم محمد السروي، التورق المصرفي، التكيف الشرعي والحكم الفقهي، بحث مقدم لمؤتمر التورق المصرفي والحيل الربوية، جامعة عجكوك، المملكة الأردنية، الفترة : 24-25 أبريل 2012.
3. علي السرطاوي، التمويل بصيغة المشاركة المتناقصة، تكيفها وآثارها، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الفقهي الثامن لشركة شورى للتدقيق الشرعي المنعقد في الكويت، 8-9 ديسمبر 2019.

4. توصيات مجمع الفقه الإسلامي الدولي المنبثق عن المؤتمر الإسلامي في دورة مؤتمره الثاني، ديسمبر 1985، جدة، الموقع: <https://www.Jbank.ly> ، تاريخ الاطلاع 2021/10/11.

5. المنيع عبد الله بن سلمان، التأصيل الفقهي للتورق في ضوء الاحتياجات التمويلية المعاصرة، بحث مقدم في مؤتمر دور المؤسسات المصرفية الإسلامية في الاستثمار والتنمية، جامعة الشارقة، كلية الشريعة، الفترة: 26-28/02/1423هـ.

6- الأبحاث و التقارير:

1. التقرير السنوي السابع و الخمسون البنك المركزي السعودي لسنة 2020.
2. التقرير السنوي السادس والخمسين البنك المركزي السعودي لسنة 2019.
3. التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2019.
4. التقرير السنوي لبنك البركة لسنة 2020.
5. التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2019.
6. التقرير السنوي لبنك السلام لسنة 2020.
7. التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2019.
8. التقرير السنوي لمصرف الراجحي لسنة 2020.
9. تقرير مجموعة سيرا للسفر عن قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية لسنة 2021.
10. دليل مفاهيم السياحة الخضراء، ضمن سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار السادس، الإمارات العربية المتحدة، وزارة الاقتصاد، 2015.
11. عادل الطاهر، السياحة (ماضيها، حاضرها ومستقبلها)، منشورات الإتحاد العربي للسياحة، مصر، 1994.

7- القوانين و النصوص التشريعية:

1. النظام 02-20 المؤرخ في 15 مارس 2020، يحدد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 16 مؤرخ في 24 مارس 2020.

ثانيا :المصادر باللغة الأجنبية:

I. Livres :

1. Ahmed Tessa, économie touristique et aménagement territoire, OPU Alger, 1993.
2. Liliane Bensahel , Myrian Donsimoni,Le tourisme facteur de développement local, presse universitaires de Grenoble(pug),octobre 1999, France .
3. Muriel Deneau, Patrick Coutin, droit et droit de tourisme, 4ème édition, Breal édition, Pays Bas, Aout 2008.

2. Thèse :

1. Faiza Ben Abdelmoula ,Les Déterminants D'octroi De Crédits Bancaires Aux Entreprises : Etude Comparative Entre La Banque Conventionnelle Et La Banque Islamique ,Thèse de Doctorat ,Ecole Doctoral , Sciences de Gestion, Université côte D'Azur , Nice , France , 2017-2018 .
2. Youssou sarr ,Industrie Touristique et Développement Durable Dans la Commune de Saint-Louis ,Thèse de Doctorat, étude sociologique ,Université Gaston Berger de Saint-Louis,2017-2018.

3. Revues et Périodiques Scientifiques :

1. Georges Cazes, Georges Caurade, les masques du tourisme, Revue tiers- mondes, N°178, Paris, Avril-Juin, 2004 .

ثالثا: المواقع الالكترونية:

1. علي محمد ونيس، البيع بالثمن المؤجل مع الزيادة على أصل الثمن، بحث منشور شبكة الألوكة، على الموقع www.alukak.net .
2. دراسة حول المربحة للأمر بالشراء على موقع : www.almaktaba.com.sa .
3. المنظمة العربية للسياحة، تقرير الأنشطة و الانجازات 2019 www.arab-tourismorg.org .
4. منظمة السياحة العالمية، الكتاب السنوي للإحصائيات السياحية 2021، www.unito.org .
5. المنظمة الدولية للطيران المدني وإحصائياتها العالمية <https://tsairport> .
6. البنك الدولي، إدارة النقل والمياه وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، شعبة النقل، www.elbankaldawli.org .
7. سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية <https://www.arpce.dz> .
8. اتصالات الجزائر <https://www.algerietelecom.dz/ar> .
9. الموقع الرسمي الهيئة السعودية للسياحة <https://www.sta.gov.sa/ar/> .
10. Office nationale du tourisme, Algérie carte touristique sur le site : <https://ont.dz/>
11. www.bibd.com
12. <https://binbaz.org.sa>
13. www.algerie-monde.com , algerie,les parcs
14. www.wikipedia.ar.org
15. www.sntf.dz
16. www.andi.dz
17. www.mta.gov.dz

18. www.ons.dz
19. <https://wttc.org>
20. <https://data.albankaldawli.org/ondication/st.int.rept.xp.zs?end=2021&locations=dz-tn-ma-ea&start=1995view=chart>
21. www.mtp.gov.dz
22. <https://www.echoroukonline.com>
23. <https://www.albankaldawli.org>
24. <https://www.imf.org>
25. <https://badrbanque.dz>
26. <https://bdl.dz>
27. <https://www.bna.dz>
28. <https://www.Jbank.ly>
29. <http://www.albaraka.com>
30. <https://www.alsalamalgeria.com/>
31. <https://www.seera.sa/en>
32. <https://www.sama.gov.sa/ar-sa>
33. www.stats.sa
34. <https://www.tdf.gov.sa>
35. <https://www.saib.com.sa>
36. www.alrajhibank.com.sa
37. www.kafalah.gov.sa
38. <https://business.sa>
39. <https://et.cdn.ampproject.org>
40. <https://www.crescentrating.com>
41. www.aapi.dz
42. www.aps.dz

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): مصنف للقوانين التشريعية و التنظيمية للسياحة في الجزائر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة السياحة والصناعة التقليدية

مصنف

النصوص التشريعية والتنظيمية
المتعلقة بالسياحة

ماي 2022

العناوين	رقم الجريدة والصفحة
1/ التنمية المستدامة للسياحة	
- قانون رقم 01-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة (ج.ر رقم 11 - 19 فيفري 2003)	ج.ر رقم 11 ص 04
2/ المخطط التوجيهي القطاعي للتهيئة السياحية	
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 13 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 9 يوليو سنة 2006، يحدد تشكيلة اللجنة المركزية لإعداد مشروع المخطط التوجيهي القطاعي للتهيئة السياحية وكيفية عملها. (ج.ر رقم 65 - 15 أكتوبر 2006)	ج.ر رقم 65 ص 28
3/ المؤسسات تحت الوصاية	
3-1- الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي	
- مرسوم رقم 77-80 مؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1400 الموافق 15 مارس سنة 1980 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في ميدان للسياحي. (ج.ر 12 مؤرخة في 18 مارس سنة 1980)	ج.ر رقم 12 ص 311
المعدل والمتمم ب:	
* مرسوم رقم 208-83 مؤرخ في 11 جمادى الثانية عام 1403 الموافق 26 مارس سنة 1983 يحل ويتم المرسوم رقم 77-80 مؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1400 الموافق 15 مارس سنة 1980 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في ميدان السياحي. (ج.ر 13 مؤرخة في 29 مارس سنة 1983)	ج.ر رقم 13 ص 863
3-2- الديوان الوطني للسياحة	
- مرسوم تنفيذي رقم 214-88 مؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1409 الموافق 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه (ج.ر 44 المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988)	ج.ر رقم 44 ص 1497
المعدل والمتمم ب:	
* مرسوم تنفيذي رقم 409-90 مؤرخ في 5 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 22 ديسمبر سنة 1990 يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 214-88 مؤرخ في 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه. (ج.ر رقم 56 - 26 ديسمبر 1990)	ج.ر رقم 56 ص 1809

العناوين	رقم الجريدة والصفحة
* مرسوم تنفيذي رقم 92-402 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1413 31 أكتوبر سنة 1992 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 88-214 مؤرخ في 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه. (ج.ر رقم 79 - 02 نوفمبر 1992)	ج.ر رقم 79 ص 2038
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رمضان عام 1423 الموافق 25 نوفمبر سنة 2002، يتضمن التنظيم الداخلي للديوان الوطني للسياحة. (ج.ر رقم 78 - 27 نوفمبر 2002)	ج.ر رقم 78 ص 35
- قرار وزاري مؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة. (ج.ر رقم 22-10 أبريل 2011)	ج.ر رقم 22 ص 37
- قرار مؤرخ في 2 رجب عام 1433 الموافق 23 مايو سنة 2012، يعدل القرار المؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة (ج.ر رقم 09 - 10 فيفري 2013)	ج.ر رقم 09 ص 26
- قرار مؤرخ في 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق 30 ديسمبر سنة 2020، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة (ج.ر رقم 10 - 10 فبراير 2021)	ج.ر رقم 10 ص 25
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 صفر 1433 الموافق 22 يناير 2012 المتضمن تصنيف الديوان الوطني للسياحة و شروط الالتحاق بالمناصب العليا التابعة له (ج.ر رقم 46 - 08 أوت 2012)	ج.ر رقم 46 ص 30
قرار مؤرخ في 21 رجب عام 1443 الموافق 22 فبراير سنة 2022 يعدل القرار المؤرخ في 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق 30 ديسمبر سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة. (ج.ر رقم 29 - 24 أبريل 2022)	ج.ر رقم 29 ص 23
قرار مؤرخ في 6 شعبان عام 1443 الموافق 9 مارس سنة 2022، يعدل القرار المؤرخ في 15 جمادى الأولى عام 1442 الموافق 30 ديسمبر سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة . (ج.ر رقم 29 - 24 أبريل 2022)	ج.ر رقم 29 ص 24
3-3- الوكالة الوطنية لتنمية السياحة	
مرسوم تنفيذي رقم 98-70 مؤرخ في 24 شوال عام 1418 الموافق 21 فبراير سنة 1998 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي. (ج ر رقم 11 - 01 مارس 1998)	ج.ر رقم 11 ص 30
- قرار مؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة للوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج ر عدد 31 - 05 جوان 2011)	ج.ر رقم 31 ص 20
- قرار مؤرخ في 22 محرم عام 1429 الموافق 31 يناير سنة 2008، يتضمن إنشاء ملحقات للوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج.ر رقم 19 - 9 أبريل 2008)	ج.ر رقم 19 ص 21
- قرار مؤرخ في 12 شعبان عام 1432 الموافق 14 يوليوسنة 2011 يعدل القرار المؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين	ج.ر رقم 54 ص 25

ج.ر رقم 09 ص 27	أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج.ر رقم 54 - 02 أكتوبر 2011) - قرار مؤرخ في 2 رجب عام 1433 الموافق 23 مايو سنة 2012 يعدل القرار المؤرخ في 22 سفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ج.ر رقم 09 - 10 فيفري 2013) - قرار مؤرخ في 25 رجب عام 1442 الموافق 9 مارس سنة 2021، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة . (ج.ر رقم 28 - 14 أبريل 2021) قرار مؤرخ في 6 شعبان عام 1443 الموافق 9 مارس سنة 2022 ، يعدل القرار المؤرخ في 25 رجب عام 1442 الموافق 9 مارس سنة 2021 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج.ر رقم 29 - 24 أبريل 2022)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	مؤسسات التكوين:
ج.ر رقم 54 ص 15	1-4- المدرسة الوطنية العليا للسياحة * مرسوم تنفيذي رقم 255-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 54-24 أوت 1994) المعدل والمتمم ب:
ج.ر رقم 19 ص 05	* مرسوم تنفيذي رقم 104-98 مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1418 الموافق 31 مارس سنة 1998 يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 255-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة (ج.ر رقم 19-01 أفريل 1998)
ج.ر رقم 57 ص 15	* مرسوم تنفيذي رقم 13 - 376 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013 يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 255-94 المؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 57-13 نوفمبر 2013)
ج.ر رقم 07 ص 31	* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 21 صفر عام 1433 الموافق 15 يناير سنة 2012 يتضمن إنشاء اللجنة القطاعية لممارسة الوصاية التربوية على المدرسة الوطنية العليا للسياحة التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتشكيلها وتخليصها وعملها. (ج ر رقم 7-14 فيفري 2012)
ج.ر رقم 39 ص 30	* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 21 صفر عام 1433 الموافق 15 يناير سنة 2012 يتضمن التخليص الإداري للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 39-01 جويلية 2012)
ج.ر رقم 39 ص 31	* قرار وزاري مؤرخ في 20 صفر عام 1433 الموافق 14 يناير سنة 2012 يتضمن تعيين أعضاء مجلس التوجيه للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 39-01 جويلية 2012)
ج.ر رقم 56 ص 10	* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 11 جمادي الأول عام 1439 الموافق 29 يناير سنة 2018 يحدد شروط الالتحاق ونظام الدراسات لنيل شهادة الليسانس الأكاديمية بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة (ج ر رقم 56-24 سبتمبر 2018) .
ج.ر رقم 56 ص 12	* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 11 جمادي الأول عام 1439 الموافق 29 يناير سنة 2018 ن يتضمن فتح شعبة "علوم التسيير"، تخصصات "تسيير وكالة السياحة والأسفار" و"تسيير التنمية المستدامة للسياحة" و"تسيير الإيواء" و"تسيير الإطعام"، "ميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية" ويحدد برامجها البيداغوجية لنيل شهادة الليسانس الأكاديمية بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة (ج ر رقم 56-24 سبتمبر 2018) .
ج.ر رقم 38 ص 32	* قرار مؤرخ في 4 رجب عام 1442 الموافق 16 فبراير سنة 2021، يحل القرار المؤرخ في 29 صفر عام 1442 الموافق 17 أكتوبر سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس التوجيه للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 38-20 مايو 2021)
ج.ر رقم 92 ص 28	* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 17 جمادي الثانية عام 1442 الموافق 31 جانفي سنة 2021، يحدد البرنامج البيداغوجي لشعبة "علوم التسيير" تخصص "مناجمت

	المؤسسات السياحية“ لنيل شهادة ماستر أكاديمي بالمدرسة الوطنية العليا للسياحة، وكذا كيفية التقييم والتدرج والتوجيه. (ج ر رقم 92 -11 ديسمبر 2021)
ج.ر رقم 54 ص 22	4-2-المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية -مرسوم تنفيذي رقم 256-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية. (ج ر رقم 54-24 أوت 1994) المعدل والمتمم ب:
ج.ر رقم 85 ص 22	* مرسوم تنفيذي رقم 455-02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 256-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (ج.ر رقم 85 -22ديسمبر 2002)

ج.ر رقم 34 ص 07	- قرار مؤرخ في 19 محرم عام 1420 الموافق 5 مايو سنة 1999، يحدد عدد الشعب وتقسيم عدد الطلبة بينها ونظام الدراسات وكذا كفايات عمل المجلس التربوي للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (ج ر رقم 34 -16 ماي 1999)
ج.ر رقم 64 ص 24	- قرار مؤرخ في 23 شعبان عام 1424 الموافق 19 أكتوبر سنة 2003، يتضمن إنشاء ملحق للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (ج ر رقم 64 -26 أكتوبر 2003)
ج.ر رقم 54 ص 25	3-4-مركز الفندقية والسياحة -مرسوم تنفيذي رقم 94-257 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء مركز الفندقية والسياحة (ج ر رقم 54-24 أوت 1994)
ج.ر رقم 34 ص 11	- قرار مؤرخ في 19 محرم عام 1420 الموافق 5 مايو سنة 1999، يحدد عدد الشعب وتقسيم عدد الطلبة بينها ونظام الدراسات وكذا كفايات عمل المجلس التربوي لمركز الفندقية والسياحة (ج ر رقم 34 -16 ماي 1999)
ج.ر رقم 29 ص 11	4-4-القوانين الأساسية المتعلقة لكل من المعهد والمركز -مرسوم تنفيذي رقم 12-210 مؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 ماي سنة 2012 يحدد القانون الأساسي النموذجي للمعهد الوطني للفندقية والسياحة. (ج ر رقم 29-13 ماي 2012)
ج.ر رقم 29 ص 14	-مرسوم تنفيذي رقم 12-211 مؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 ماي سنة 2012 يحول المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية ومركز الفندقية والسياحة إلى معهدين وطنيين للفندقية والسياحة. (ج ر رقم 29-13 ماي 2012)
ج.ر رقم 36 ص 30	- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 24 ذي القعدة عام 1434 الموافق أول سبتمبر سنة 2013، يحدد التنظيم الإداري الداخلي للمعهد الوطني الوطني والسياحة (ج ر رقم 36-18 جوان 2014)
ج.ر رقم 17 ص 20	قرار وزاري مشترك مؤرخ في أول جمادى الأولى عام 1439 الموافق 18 يناير سنة 2018 يحدد تصنيف المعهد الوطني للفندقية والسياحة وشروط الالتحاق بالمناصب العليا التابعة له (ج ر رقم 17-18 مارس 2018)
ج.ر رقم 4 ص 27	4-5-قرارات متعلقة بالتكوين - قرار مؤرخ في 2 ذي الحجة عام 1416 الموافق 20 أبريل سنة 1996، يحدد كفايات تخصيص العائدات الناتجة عن النشاطات والأشغال والخدمات التي تقوم بها مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية زيادة عن مهامها الرئيسية (ج ر رقم 4 - 15 جاتفي 1997)
ج.ر رقم 18 ص 11	- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد قائمة النشاطات والأشغال والخدمات التي تقوم بها مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، زيادة على مهمتها الرئيسية. (ج ر رقم 18 -28 مارس 2001)
ج.ر رقم 87 ص 17	-قرار مؤرخ في 19 صفر عام 1443 الموافق 26 سبتمبر سنة 2021 ، يعدل ويتمم القرار المؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 ، الموافق 26 فبراير سنة 2001 الذي يحدد قائمة النشاطات والأشغال والخدمات التي تقوم بها مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، زيادة على مهمتها الرئيسية. (ج ر رقم 87 -17 نوفمبر 2021)

ج.ر رقم 02 ص 03 ج.ر رقم 52 ص 26	5/النشاطات الخاصة بالسياحة 1-5- نشاط الفنادق - قانون رقم 01-99 مؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة (ج ر رقم 02-10 جاتفي 1999) - قرار مؤرخ في 13 شعبان عام 1442 الموافق 27 مارس سنة 2021 ، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتسهيل النشاطات السياحية (ج ر رقم 52 أول جويلية 2021)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 10 ص 03	1-1-5- استغلال المؤسسات الفندقية - مرسوم تنفيذي رقم 46-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفايات استغلالها. (ج.ر رقم 10 - 05 مارس 2000)
ج.ر رقم 39 ص 17	المتنم ب: * مرسوم تنفيذي رقم 227-09 مؤرخ في 6 رجب عام 1430 الموافق 29 يونيو سنة 2009 يتم المرسوم تنفيذي رقم 46-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفايات استغلالها (ج.ر رقم 39 - 01 جويلية 2009)
ج.ر رقم 18 ص 17	- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد خصائص رخصة استغلال المؤسسة الفندقية وشكلها. (ج.ر رقم 18 - 28 مارس 2001)
ج.ر رقم 62 ص 17	- قرار مؤرخ في 20 رمضان عام 1430 الموافق 10 سبتمبر سنة 2009، يحدد شروط و كفايات ومقاييس استغلال الهياكل الأخرى المدة للفندق. (ج.ر رقم 62 - 28 أكتوبر 2009)
ج.ر رقم 33 ص 04	- مرسوم تنفيذي رقم 19- 158 مؤرخ في 24 شعبان عام 1440 الموافق 30 أبريل سنة 2019 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط وكفايات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرها . (ج.ر رقم 33 - 19 مايو 2019)
ج.ر رقم 58 ص 26	- قرار مؤرخ في 20 ذي القعدة عام 1440 ال موافق 23 يولي وسنة 2019 ، يحدد نماذج رخصة الاستغلال وقرار التصنيف واعتماد مسير المؤسسة الفندقية. (ج.ر رقم 58 - 22 سبتمبر سنة 2019)
ج.ر رقم 04 ص 22	- قرار مؤرخ في 15 صفر عام 1441 الموافق 14 أكتوبر سنة 2019 ، يتضمن تعيين أعضاء لجنة الطعن المكلفة بدراسة الاحتجاجات المرتبطة بالقعود الخاصة بالاستغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها واعتماد مسيرها . (ج.ر رقم 04 - 26 جاتفي سنة 2020)
ج.ر رقم 35 ص 03	2-1-5- تصنيف المؤسسات الفندقية - مرسوم تنفيذي رقم 130-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 موافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك. (ج.ر رقم 35-18 جوان 2000)
ج.ر رقم 77 ص 05	المعدل ب: * مرسوم تنفيذي رقم 457-05 مؤرخ في 22 نوال عام 1426 الموافق 24 نوفمبر سنة 2005 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 130-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 موافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك (ج.ر رقم 77 - 30 نوفمبر 2005)
ج.ر رقم 18 ص 11	- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد الأنظمة الداخلية النموذجية للجنة الوطنية واللجان الولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب. (ج.ر رقم 18 - 28 مارس 2001)
ج.ر رقم 22 ص 36	- قرار مؤرخ في 24 محرم عام 1432 الموافق 30 ديسمبر سنة 2010، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب. (ج.ر رقم 22 - 10 أبريل 2011)

ج.ر رقم 27 ص 28	- قرار مؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1435 الموافق 24 أبريل سنة 2014 يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب.
ج.ر رقم 04 ص 22	(ج.ر رقم 27-10 ماي 2014) - قرار مؤرخ في 15 صفر عام 1441 الموافق 14 أكتوبر سنة 2019 ، يتضمن تعيين أعضاء لجنة الطعن المكلفة بدراسة الاحتجاجات المرتبطة بالعقود الخاصة باستغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها واعتماد مسيرتها. (ج.ر رقم 04-26 جانفي 2020)
ج.ر رقم 40 ص 32	- قرار مؤرخ في 21 شوال عام 1441 الموافق 13 يونيو سنة 2020، يعدل القرار المؤرخ في 15 صفر عام 1441 الموافق 14 أكتوبر سنة 2019 والمتضمن تعيين أعضاء لجنة الطعن المكلفة بدراسة الاحتجاجات المرتبطة بالعقود الخاصة باستغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها واعتماد مسيرتها. (ج.ر رقم 0440-18 جويلية 2020)
ج.ر رقم 35 ص 45	3-1-5- لجنة دراسة مخططات المشاريع الفندقية - مرسوم تنفيذي رقم 131-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 موافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد تشكيلة اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية وطريقة عملها (ج.ر رقم 35-18 جوان 2000)
ج.ر رقم 09 ص 26	- قرار مؤرخ في 15 ربيع الثاني عام 1433 الموافق 8 مارس سنة 2013، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية. (ج.ر رقم 9-10 فيفري 2013)
ج.ر رقم 40 ص 32	- قرار مؤرخ في 21 شوال عام 1441 الموافق 13 يونيو سنة 2020، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية. (ج.ر رقم 40-18 يوليو سنة 2020)
ج.ر رقم 11 ص 03	- قرار مؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1442 الموافق 6 جانفي سنة 2021 ، يعدل القرار المؤرخ في 21 شوال عام 1441 الموافق 13 يونيو سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية (ج.ر رقم 11-15 فبراير سنة 2021).

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 35 ص 46	4-1-5- اعتماد مسير مؤسسة فندقية - مرسوم تنفيذي رقم 132-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد كليات اعتماد مسير مؤسسة فندقية وشروط ذلك. (ج.ر رقم 35-18 جوان 2000) - قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد خصائص اعتماد مسير المؤسسة الفندقية وشكله. (ج.ر رقم 18-28 مارس 2001)
ج.ر رقم 35 ص 48	5-1-5- المذكرة الإحصائية للمؤسسات الفندقية - مرسوم تنفيذي رقم 133-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد شروط إعداد المذكرة الإحصائية الخاصة بالمؤسسات الفندقية وكليات ذلك. (ج.ر رقم 35-18 جوان 2000)
ج.ر رقم 35 ص 56	6-1-5- الشارة المؤسسات الفندقية - مرسوم تنفيذي رقم 134-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد الشارة المبنية لرؤية المؤسسات الفندقية. (ج.ر رقم 35-18 جوان 2000)
ج.ر رقم 07 ص 22	- قرار مؤرخ في 15 ذي القعدة عام 1425 الموافق 27 ديسمبر سنة 2004، يحدد مواصفات شارات تصنيف المؤسسات الفندقية وكذا البيانات المسجلة عليها. (ج.ر رقم 07-23 جاتفي 2005)
ج.ر رقم 58 ص 14	7-1-5- قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيتها - مرسوم تنفيذي رقم 325-06 مؤرخ في 25 شعبان عام 1427 الموافق 18 سبتمبر سنة 2006 يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيتها. (ج.ر رقم 58-20 سبتمبر 2006)
ج.ر رقم 39 ص 09	8-1-5- تطبيق المعدل المخفض للحقوق الجمركية - قرار وزاري مشترك مؤرخ في أول جمادى الأولى عام 1435 الموافق 2 مارس سنة 2014، يحدد قائمة التجهيزات التفتيشية غير المنتجة محليا حسب المواصفات الفندقية التي تدخل في إطار عمليات العصرية و التأهيل، تطبيقا لمخطط "جودة السياحة الجزائر" التي تستفيد من المعدل المخفض للحقوق الجمركية. (ج.ر 39-25 يونيو 2014)
ج.ر رقم 24 ص 11	2-5- نشاط وكالة السياحة والأسفار - قانون رقم 99-06 مؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار. (ج.ر رقم 24-7 أبريل 1999)
ج.ر رقم 10 ص 7	1-2-5- اللجنة الوطنية للاعتماد - مرسوم تنفيذي رقم 47-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيرها. (ج.ر رقم 10-05 مارس 2000)
ج.ر رقم 62 ص 07	المعدل ب: - مرسوم تنفيذي رقم 10-248 مؤرخ في 8 ذي الحجة عام 1431 الموافق 14 أكتوبر سنة 2010 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 47-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيرها. (ج.ر رقم 62-24 أكتوبر 2010)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 35 ص 34	- قرار مؤرخ في 27 صفر عام 1432 الموافق أول فبراير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار (ج.ر رقم 35 - 22 يونيو 2011)
ج.ر رقم 82 ص 23	- قرار مؤرخ في 18 رجب عام 1442 الموافق 2 مارس سنة 2021، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار (ج.ر رقم 82 - 27 أكتوبر 2021)
ج.ر رقم 10 ص 9	5-2-2- شروط وكيفيات إنشاء الوكالات - مرسوم تنفيذي رقم 48-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج.ر رقم 10 - 5 مارس 2000)
ج.ر رقم 44 ص 05	المعدل والمتمم ب: * مرسوم تنفيذي رقم 10-186 مؤرخ في 2 شعبان عام 1431 الموافق 14 يوليو سنة 2010 يعدل ويتم المرسوم تنفيذي رقم 48-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج.ر رقم 44 - 21 يوليو 2010)
ج.ر رقم 04 ص 09	* مرسوم تنفيذي رقم 11-10 مؤرخ في 15 صفر عام 1432 الموافق 20 يناير سنة 2011 يتعلق بتمديد أجل امتثال وكالات السياحة والأسفار للتنظيم الجديد. (ج.ر رقم 04 - 23 يناير 2011)
ج.ر رقم 30 ص 05	الملغى ب. * مرسوم تنفيذي رقم 17-161 مؤرخ في 18 شعبان عام 1438 الموافق 15 مايو سنة 2017 يحدد شروط إنشاء وكالات السياحة والأسفار وكيفيات استغلالها. (ج.ر رقم 30 - 17 مايو 2017)
ج.ر رقم 77 ص 31	- قرار مؤرخ في 5 أكتوبر 2017 (يلغي القرار المؤرخ في 26 فبراير 2001)، يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار. (ج.ر رقم 77-31 ديسمبر 2017)
ج.ر رقم 77 ص 29	- قرار مؤرخ في 5 أكتوبر 2017 (يلغي القرار المؤرخ في 1 مارس 2011)، يحدد مميزات رخصة استغلال وكالة السياحة والأسفار وشكلها. (ج.ر رقم 77-31 ديسمبر 2017)
ج.ر رقم 10 ص 12	5-2-3- شروط وكيفيات إنشاء فروع الوكالات - مرسوم تنفيذي رقم 49-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 يحدد شروط وكيفيات إنشاء فروع وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج.ر رقم 10-05 مارس 2000)
ج.ر رقم 13 ص 07	5-3- استغلال المياه الحموية - مرسوم تنفيذي رقم 07-69 مؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007، يحدد شروط وكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية. (ج.ر رقم 13 - 21 فيفري 2007) المعدل ب:

ج.ر رقم 29 ص 07	* مرسوم تنفيذي رقم 12-205 مؤرخ في 14 جمادى الثانية 1433 الموافق 6 مايو 2012 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 07-69 مؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007، يحدد شروط و كفايات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية. (ج.ر رقم 29 -13 ماي 2012)
ج.ر رقم 19 ص 92	قرار مؤرخ في 15 محرم عام 1430 الموافق 12 يناير سنة 2009، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة التقنية للمياه الحموية (ج.ر رقم 19 -25 مارس 2009).
ج.ر رقم 09 ص 26	- قرار مؤرخ في 16 جمادى الأولى عام 1433 الموافق 18 أبريل سنة 2012، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة التقنية للمياه الحموية (ج.ر رقم 9-10 فيفري 2013)
ج.ر رقم 31 ص 13	-مرسوم تنفيذي رقم 19 – 150 مؤرخ في 23 شعبان عام 1440 الموافق 29 أبريل سنة 2019 يحدّد ويتمّ المرسوم التنفيذي رقم 07 / 69 المؤرخ في أول سنر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007 الذي يحدد شروط وكفايات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية (ج.ر رقم 31-12 مايو 2019)
ج.ر رقم 63 ص 24	- قرار مؤرخ في 20 شوال عام 1440 الموافق 23 يونيو سنة 2019، يحدّد القرار المؤرخ في 7 شعبان عام 1439 الموافق 23 أبريل سنة 2018 والمتضمن تعيين أعضاء اللجنة التقنية للمياه الحموية. (ج.ر رقم 63-09 أكتوبر 2019)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 05 ص 91	4-5-استغلال أماكن التخييم - مرسوم رقم 14-85 مؤرخ في 5 جمادى الأول عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985، يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم واستغلاله. (ج.ر 05 في 27 /01/ 1985)
ج.ر رقم 30 ص 05	المعدل والمتمم ب: -مرسوم تنفيذي رقم 138-01 مؤرخ في 3 ربيع الأول عام 1422 الموافق 26 مايو سنة 2001 يحدد ويتمم المرسوم رقم 14-85 مؤرخ في 5 جمادى الأول عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985، الذي يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم واستغلالها. (ج.ر رقم 30 - 27 مايو 2001)
ج.ر رقم 28 ص 1069	- مرسوم رقم 161-84 مؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984، يتضمن التنازل للبلديات عن أراض للمخيمات. (ج.ر 28 مؤرخة في 10 /07/ 1984)
ج.ر رقم 11 ص 08	5-5-استغلال السياحي للشواطئ - قانون رقم 02-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يحدد القواعد العامة للاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ. (جر رقم 11 - 19 فيفري 2003)
ج.ر رقم 24 ص 19	5-5-1-فتح ومنع الشواطئ للسباحة -مرسوم تنفيذي رقم 111-04 مؤرخ في 23 صفر عام 1425 الموافق 13 أبريل سنة 2004 يحدد شروط فتح ومنع الشواطئ للسباحة. (جر رقم 24 - 18 أبريل 2004)
ج.ر رقم 24 ص 21	5-5-2-اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح ومنع الشواطئ للسباحة -مرسوم تنفيذي رقم 112-04 مؤرخ في 23 صفر عام 1425 الموافق 13 أبريل سنة 2004 يحدد مهام اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح ومنع الشواطئ للسباحة تنظيمها وكيفية سيرها. (جر رقم 24-18 أبريل 2004)
ج.ر رقم 56 ص 04	5-5-3-الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة -مرسوم تنفيذي رقم 274-04 مؤرخ في 20 رجب عام 1425 الموافق 5 سبتمبر سنة 2004 يحدد شروط الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة كقضايا ذلك. (جر رقم 56 - 5 سبتمبر 2004)
ج.ر رقم 70 ص 21	-قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 18 ماي سنة 2006، يحدد نماذج الاتفاقية ودفتر الشروط المتعلقة بامتياز الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة. (جر رقم 70-5 نوفمبر 2006)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	5-6- نشاط الدليل السياحي
ج.ر رقم 42 ص 17	-مرسوم تنفيذي رقم 224-06 مؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1427 الموافق 21 يونيو سنة 2006 يحدد شروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة وكيفية ذلك. (جر رقم 42 المؤرخة في 25 يونيو 2006)
ج.ر رقم 27 ص 18	-قرار مؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1429 الموافق 18 مارس سنة 2008، يحدد الاعتمادين النموذجيين للدليل في السياحة وكذا بطاقة الدليل في السياحة. (ج.ر رقم 27-28 مايو 2008)
ج.ر رقم 33 ص 71	-قرار مؤرخ في 23 جمادى الأولى عام 1442 الموافق 7 جانفي سنة 2021، يتضمن تعيين أعضاء لجنة اعتماد الأدلاء في السياحة. (ج.ر رقم 33-5 ماي 2021)
	5-7- نشاط السياحي (أحكام خاصة بالمطاعم)
ج.ر رقم 05 ص 83	-مرسوم رقم 12-85 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها. (جر 05 المؤرخة في 27 يناير 1985)
	المعدل و المتمم ب:
ج.ر رقم 18 ص 522	* مرسوم تنفيذي رقم 92-101 مؤرخ في 28 شعبان عام 1412 الموافق 3 مارس سنة 1992 يعدل المرسوم رقم 85-12 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها. (ج.ر رقم 18-08 مارس 1992)
ج.ر رقم 31 ص 20	مرسوم تنفيذي رقم 19-151 مؤرخ في 23 شعبان عام 1405 الموافق 29 أبريل سنة 2019، يتضمن تعريف نشاط الإطعام السياحي وتنظيمه (ج.ر رقم 31-12 مايو 2019)
	6/ مناطق التوسع والمواقع السياحية
	- قانون رقم 03-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية. (جر رقم 11-19 فيفري 2003)
ج.ر رقم 11 ص 14	6-1- الاستشارة المسبقة في مجال منح رخصة البناء
ج.ر رقم 83 ص 15	-مرسوم تنفيذي رقم 421-04 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1425 الموافق 20 ديسمبر سنة 2004 يحدد كيفية الاستشارة المسبقة للإدارات المكلفة بالسياحة والثقافة في مجال منح رخصة البناء داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (جر رقم 83-26 ديسمبر 2004)
	6-2- ممارسة حق الشفعة

ج.ر رقم 70 ص 07	مرسوم تنفيذي رقم 06-385 مؤرخ في 5 شوال عام 1427 الموافق 28 أكتوبر سنة 2006 يحدد كفايات ممارسة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة حق الشفعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (جر رقم 70 - 5 نوفمبر 2006)
ج.ر رقم 25 ص 18	- قرار مؤرخ في 10 ربيع الأول عام 1429 الموافق 18 مارس سنة 2008، يحدد نموذج التصريح المسبق لبيع ملك واقع داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج.ر رقم 25 - 18 مايو 2008)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 11 ص 10	مرسوم تنفيذي رقم 14 - 78 مؤرخ في 17 ربيع الثاني عام 1435 الموافق 17 فبراير 2014 يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية بولاية الشلف. (جر رقم 11 - 26 مايو 2014)
ج.ر رقم 13 ص 07	مرسوم تنفيذي رقم 15-82 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق لـ 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والمواقع السياحية بولاية أدرار (جر رقم 13 - 11 مارس 2015)
ج.ر رقم 13 ص 08	مرسوم تنفيذي رقم 15-83 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015، يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية بولاية بسكرة. (جر رقم 13 - 11 مارس 2015)
ج.ر رقم 73 ص 22	- قرار مؤرخ في 10 صفر عام 1439 الموافق 30 أكتوبر سنة 2017 يتضمن الموافقة على مخططي التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع والمواقع السياحي لولاية الجلفة. (جر رقم 73 - 17 ديسمبر 2017)
ج.ر رقم 29 ص 54	- قرار مؤرخ في 13 شعبان عام 1439 الموافق 29 أبريل سنة 2018، يتضمن الموافقة على مخططي التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع والموقعين السياحيين " الكرامة " و زموري الشرقي "، ولاية بومرداس. (ج.ر رقم 29 - 23 ماي 2018)
ج.ر رقم 08 ص 04	3-6- إعادة بيع الأراضي أو منح حق الامتياز مرسوم تنفيذي رقم 07-23 مؤرخ في 9 محرم عام 1428 الموافق 28 يناير سنة 2007 يحدد كفايات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها. (جر رقم 08-31 جانفي 2007)
ج.ر رقم 57 ص 24	- قرار مؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1428 الموافق 2 مايو سنة 2007، يحدد القائمة الإسمية لأعضاء اللجنة الخاصة المكلفة بالبت في المشاريع المقدمة من طالبي اقتناء الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الامتياز عليها. (جر رقم 57 - 16 سبتمبر 2007)

ج.ر رقم 17 ص 10	4-6- كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية -مرسوم تنفيذي رقم 86-07 مؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق 11 مارس سنة 2007 يحدد كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية. (جر رقم 14-17 مارس 2007)
ج.ر رقم 12 ص 09	- مرسوم تنفيذي رقم 78-15 مؤرخ في 12 مارس سنة 2015 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 86-07 لمؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق 11 مارس سنة 2007 الذي يحدد كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية للمناطق التوسع و المواقع السياحية. (جر رقم 12 - 08 مارس 2015).
ج.ر رقم 51 ص 1658	5-6- التحديد والتصريح والتصنيف - مرسوم رقم 232-88 مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر 51 المؤرخة في 14 ديسمبر 1988)
ج.ر رقم 79 ص 06	المعدل ب: -مرسوم تنفيذي رقم 398-04 مؤرخ في 23 شوال عام 1425 الموافق 6 ديسمبر سنة 2004، يلغي بعض أحكام الملحق بالمرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر رقم 08-79 ديسمبر 2004)
ج.ر رقم 82 ص 16	-مرسوم تنفيذي رقم 477-06 مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1427 الموافق 14 ديسمبر سنة 2006، يعدل ملحق المرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر رقم 82 - 17 ديسمبر 2006)
ج.ر رقم 10 ص 10	-مرسوم تنفيذي رقم 66-09 مؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق 7 فبراير سنة 2009، يعدل ملحق المرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر رقم 10 - 11 فيفري 2009)
ج.ر رقم 61 ص 5	-مرسوم تنفيذي رقم 338-09 مؤرخ في 3 ذي القعدة عام 1430 الموافق 22 أكتوبر سنة 2009، يعدل ملحق المرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر رقم 61-25 أكتوبر 2009)
ج.ر رقم 11 ص 12	- مرسوم تنفيذي رقم 77-11 مؤرخ في 13 ربيع الأول عام 1432 الموافق 16 فبراير سنة 2011، يعدل ملحق المرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي (جر رقم 11-20 فيفري 2011)
ج.ر رقم 01 ص 15	- مرسوم تنفيذي رقم 01-16 مؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1437 الموافق 3 جانفي سنة 2016، يعدل ملحق المرسوم رقم 232-88 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (جر رقم 01-06 جانفي 2016)
ج.ر رقم 39 ص 16	نصوص تطبيقية للقانون رقم 03-03. - مرسوم تنفيذي رقم 226-09 مؤرخ في 6 رجب عام 1430 الموافق 29 يونيو سنة 2009 يتضمن تحديد منطقتي التوسع والموقعين السياحيين لزفانة 2 (ولاية غرداية) ولحمام بوججر (ولاية تيموشنت) والتصريح بهما وتصنيفهما (جر 39-01 يوليو 2009)

ج.ر رقم 30 ص 05	- مرسوم تنفيذي رقم 10-131 مؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1431 الموافق 29 أبريل سنة 2010 يتضمن تحديد مناطق التوسع والمواقع السياحية والتصريح بها وتصنيفها. (جر رقم 30-05 ماي 2010)
ج.ر رقم 70 ص 11	- مرسوم تنفيذي رقم 16-308 مؤرخ في 28 صفر عام 1438 الموافق 28 نوفمبر سنة 2016 يتضمن تحديد مناطق التوسع والمواقع السياحية والتصريح بها وتصنيفها. (جر رقم 70 - 08 ديسمبر 2016)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر رقم 19 ص 18	6-6- المصادقة على مخططات التهيئة السياحية. * مرسوم تنفيذي رقم 127-13 المؤرخ في 6 أفريل 2013 المتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية لـ: ▪ "سيدي خليفة" بلدينا آيت شافع و أزفون، ولاية تيزي وزو، ▪ "أزفون" بلدية أزفون، ولاية تيزي وزو، ▪ "العوانة" بلدية العوانة، ولاية جيجل. (جر رقم 19-17 أفريل 2013)
ج.ر رقم 20 ص 11	* مرسوم تنفيذي رقم 128-13 المؤرخ في 6 أفريل 2013 المتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية لـ: ▪ "واد البقرات" بلدية سرايدي ولاية عنابة، ▪ "خليج غرب سطايبي" بلدية سطايبي ولاية عنابة، ▪ "رمضان شاطي" بلدية بن عبد المالك رمضان ولاية مستغانم، ▪ "جانت" بلدية جانت ولاية اليزي، ▪ "بوزجار" بلدية بوزجار ولاية عين تموشنت، ▪ "راس إيفي" بلدية بن عبد المالك رمضان، ولاية مستغانم، ▪ "مسيدة" بلدينا القالة و السوارخ، ولاية الطارف. (جر رقم 20-21 أفريل 2013)
ج.ر رقم 11 ص 10	* مرسوم تنفيذي رقم 14-78 مؤرخ في 17 ربيع الثاني 1435 الموافق 17 فبراير 2014 يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية بولاية الشلف. (جر رقم 11-26 فيفري 2014)
ج.ر رقم 49 ص 29	* مرسوم تنفيذي رقم 14-221 مؤرخ في 15 شوال عام 1435 الموافق 12 مارس سنة 2014، يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية بولاية بجاية. (جر رقم 49-20 غشت 2014)
ج.ر رقم 13 ص 07	* مرسوم تنفيذي رقم 15-82 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع و المواقع السياحية بولاية أدرار. (جر رقم 13-11 مارس 2015)
ج.ر رقم 13 ص 08	* مرسوم تنفيذي رقم 15-83 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية بولاية بسكرة. (جر رقم 13-11 مارس 2015)
ج.ر رقم 13 ص 08	* مرسوم تنفيذي رقم 15-84 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع و المواقع السياحية بولاية الوادي. (جر رقم 13-11 مارس 2015)
ج.ر رقم 37 ص 16-17-18	* خمسة (5) قرارات وزارية مؤرخة على التوالي في 27 مارس و 4 و 6 أفريل 2016 تتضمن المصادقة على عشرة (10) مخططات للتهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية بولايات سكيكدة، عين تموشنت، غرداية و النعامة. (جر رقم 37-22 جوان 2016) *
ج.ر رقم 52 ص 101	قرار مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1437 الموافق 6 أبريل سنة 2016 يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع و الموقع السياحي بولاية سكيكدة (المرسى) (جر رقم 52-4 سبتمبر 2016)
ج.ر رقم 18 ص 25	* ثلاثة قرارات مؤرخة في 28 و 29 نوفمبر 2016 تتضمن الموافقة على 3 مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية "وادي البقرات مخطط مراجع" "سيدي سالم" و "كورنيش عنابة" بولاية عنابة (جر رقم 18-22 مارس 2017)

ج.ر رقم 77 ص 31	*قرار مؤرخ في أول ربيع الثاني عام 1439 الموافق 20 ديسمبر سنة 2017 ، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية المراجع لمنطقة التوسع والموقع السياحي " سيدي خليفة " (جر 77 – 31 ديسمبر 2017)
ج.ر رقم 73 ص 31	* قرار مؤرخ في أول ربيع الثاني عام 1439 الموافق 20 ديسمبر سنة 2017 يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية المراجع لمنطقة التوسع والموقع السياحي " سيدي خليفة " بولاية تيزي وزو. (جر 73 - 17 ديسمبر 2017)
ج.ر رقم 18 ص 23	* ثلاثة (3) قرارات وزارية مؤرخة في 17 مارس 2018 تتضمن الموافقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية التالية : * سجدة " نقاوس" ، ولاية باتنة، " سيدي فرج" و "زرالدة" و"زرالدة غرب"، ولاية الجزائر «العقيد عباس» و"سيدي ابراهيم" ووادي ملاح شرقا وغربا"، ولاية تيبازة (جر 18- 21 مارس 2018)
ج.ر رقم 63 ص 25	قرار مؤرخ في 06 محرم عام 1440 الموافق 16 سبتمبر سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع والموقعين السياحيين " شاطئ زقرو " ولاية تيزي وزو . (جر رقم 63-21 أكتوبر 2018)
ج.ر رقم 63 ص 25	- قرار مؤرخ في 08 محرم عام 1440 الموافق 18 سبتمبر سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي "حمام ريغة " ولاية عين الدفلى . (جر رقم 63-21 أكتوبر 2018)
ج.ر رقم 63 ص 26	-قرار مؤرخ في 09 محرم عام 1440 الموافق 19 سبتمبر سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " العين السخونة " ولاية سعيدة . (جر رقم 63-21 أكتوبر 2018)
ج.ر رقم 63 ص 27	- قرار مؤرخ في 09 محرم عام 1440 الموافق 19 سبتمبر سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " قورصو " ولاية بومرداس (جر رقم 63-21 أكتوبر 2018)
ج.ر رقم 04 ص 28	- قرار مؤرخ في 04 ربيع الثاني عام 1440 الموافق 12 ديسمبر سنة 2018. يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " شاطئ الشلف"، ولاية مستغانم (جر رقم 04-20 جاتفي 2019)
● قرارات تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية	
ج.ر رقم 47 ص 47	- قرار مؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1434 الموافق 10 أبريل سنة 2013 يتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من عين حمادي وادي دسباس، مينيس و وادي تبغزة (ولاية الشلف) (جر رقم 47-25 سبتمبر 2013)
ج.ر رقم 47 ص 48	- قرار مؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1434 الموافق 10 أبريل سنة 2013 يتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من طولقة وقم الغرزة وعين بالنوي وشقة (ولاية بسكرة) (جر رقم 47-25 سبتمبر 2013)
ج.ر رقم 58 ص 36-44	- عشر (10) قرارات وزارية مؤرخة في 20 ماي 2014 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية (30) لمناطق التوسع و المواقع السياحية لكل من ولايات : المسيلة ، الجلفة، النعامة، سعيدة، الوادي، سكيكدة، جيجل، مستغانم، تيزي وزو، تيبازة. (جر رقم 58-01 أكتوبر 2014)
ج.ر رقم 64 ص - 42 - 49	- تسعة (9) قرارات وزارية مؤرخة في 9 أكتوبر 2014 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية (32) لمناطق التوسع و المواقع السياحية لكل من ولايات : وهران ، الشلف، سكيكدة، عين الدفلى، بومرداس، عين تيموشنت، تلمسان، تيبازة و غرداية. (جر رقم 64 – 26 أكتوبر 2014)

ج.ر. رقم 64 ص 50	- قرار وزاري مؤرخ في 9 أكتوبر 2014 يتضمن تقرير مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع و الموقع السياحي بوزجار ولاية عين تيموشنت (جر رقم 64-26 أكتوبر 2014)
ج.ر. رقم 68 ص 21 إلى 35	- 15 قرار وزاري مؤرخ في 29 ذي الحجة عام 1436 الموافق 13 أكتوبر سنة 2015 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لـ 72 منطقة للتوسع والمواقع السياحية على مستوى 14 ولاية. (جر رقم 68-27 ديسمبر 2015)
ج.ر. رقم 54 ص 28 إلى 30	- 4 قرارات مؤرخة في 28 يونيو 2016 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي لكل من: تاوريت (ولاية أدرار)، بني عباس (ولاية بشار)، تقرت و المرجة (ولاية سعيدة) و مرسى الزيتون، وادي بيبى و تامنارت (ولاية سكيكدة) (جر رقم 54-14 سبتمبر 2016)
ج.ر. رقم 35 ص 24 إلى 29	- 7 قرارات مؤرخة في 10 يناير 2017 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لـ 10 مناطق للتوسع السياحي و المواقع السياحية على مستوى ولايات : أدرار ، تامنغت، جيجل، مستغانم، البيض، تيزازة و النعامة. (جر رقم 35-11 جوان 2017)
ج.ر. رقم 21 ص 26	- قرار مؤرخ في 5 مارس 2018، يتضمن تقرير مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي كورنيش عنابة (ولاية عنابة). (جر رقم 21-11 أبريل 2018)
ج.ر. رقم 29 ص 54	- قرار مؤرخ في 13 شعبان عام 1439 الموافق 29 أبريل سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخططي التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع والموقعين السياحيين " الكرامة " و " زموري الشرقي " ولاية بومرداس (جر رقم 29 - 23 مايو 2018)
ج.ر. رقم 37 ص 23 إلى 27	- 6 قرارات مؤرخة في 17 أبريل تتضمن إعداد مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي و المواقع السياحية لكل من تيزي أو جابوب (ولاية تيزي وزو) ، كازينو ولاية (جيجل) ، مقرس ولاية سطيف ، الخين السخونة ولاية (سعيدة) ، المدور (ولاية سوق أهراس) ، سد غريب (ولاية عين الدقل) ، (جر رقم 37-20 جوان 2018)
ج.ر. رقم 37 ص 28	- قرار مؤرخ في 4 يونيو سنة 2018 ، يتضمن الموافقة على مخططي التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع والموقعين السياحيين " ترانائية " و " بني حواء " ، ولاية الشلف (جر رقم 37-20 جوان 2018)
ج.ر. رقم 61 ص 25	- قرار مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1439 الموافق 27 غشت سنة 2018 يعدل القرار المؤرخ في 20 رجب عام 1435 الموافق 20 مايو سنة 2014 والمتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من شاطئ الشلف وخروبة ورميلة الوريعة وشاطئ سيدية) ولاية مستغانم. (جر رقم 61-14 أكتوبر 2018)
ج.ر. رقم 41 ص 25	- قرار مؤرخ في 5 رجب عام 1440 الموافق 12 مارس سنة 2019 ، يتضمن تقرير إعداد مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع و الموقع السياحي " موسكاردة " (ولاية تلمسان) (جر رقم 41-26 جوان 2019)
ج.ر. رقم 43 ص 27	- قرار مؤرخ في 26 شعبان عام 1440 الموافق 2 مايو سنة 2019، يتضمن تقرير مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " رأس إيفي " ولاية مستغانم (جر رقم 43-07 جويلية 2019)
ج.ر. رقم 48 ص 22	- قرار مؤرخ في 23 رمضان عام 1440 الموافق 28 مايو سنة 2019 ، يتضمن تقرير إعداد مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " بشار " ولاية بشار (جر رقم 48-31 جويلية 2019)
ج.ر. رقم 40 ص 24	- قرار مؤرخ في 25 شعبان عام 1442 الموافق 8 أبريل سنة 2021 ، يتضمن تقرير مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي " الخليج الغربي لشطايبي " ، ولاية عنابة (جر رقم 40-31 مايو 2021)

ج.ر. فم 56 ص 24	قرار مؤرخ خ في 22 شوال عام 1442 الموافق 3 يونيو سنة 2021، يتضمن تقرير إعداد مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والموقع السياحي "عدوان علي" (ولاية جيجل) (جر رقم 56-18 يوليو 2021)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر. قم 15 ص 04	7/بنك معطيات للسياحة - مرسوم تنفيذي رقم 81-04 مؤرخ في 22 محرم عام 1425 الموافق 14 مارس سنة 2004، يحدد كفايات وضع بنك معطيات للسياحة. (ج.ر. رقم 15 - 14 مارس 2004)
ج.ر. قم 14 ص 10	- قرار مؤرخ في أول شوال عام 1427 الموافق 23 أكتوبر سنة 2006، يحدد كفايات إرسال المعطيات المجمعة من قبل المديريات الولائية للسياحة والديوان الوطني للسياحة و الوكالة الوطنية للتنمية السياحية وكذا الجمعيات التي تنشط في المجال السياحي. (ج.ر. رقم 14-25 فيفري 2007)
ج.ر. قم 14 ص 12	- قرار مؤرخ في أول شوال عام 1427 الموافق 23 أكتوبر سنة 2006، يحدد نموذج الرزنامة المتعلقة بالمعلومات والبيانات والمؤشرات التي تحوزها المؤسسات الوطنية والإدارات العمومية والهيئات العمومية المتخصصة، لتزويد بنك المعطيات السياحي. (ج.ر. رقم 14-25 فيفري 2007)
ج.ر. قم 16 ص 551	8/صندوق الترقية السياحية -مرسوم تنفيذي رقم 112-90 مؤرخ في 22 رمضان عام 1410 الموافق 17 ابريل سنة 1990 يحدد كفايات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية. (ج.ر. رقم 16 - 18 أفريل 1990)
ج.ر. قم 15 ص 18	المعدل و المتمم ب: * مرسوم تنفيذي رقم 86-97 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1417 الموافق 16 مارس سنة 1997 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 112-90 مؤرخ في 17 ابريل سنة 1990 الذي يحدد كفايات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة في الترقية السياحية". (ج.ر. رقم 15 - 19 مارس 1997)
ج.ر. قم 84 ص 41	- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 12 يونيو سنة 2005، يحدد مدونة إيرادات ونفقات صندوق التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية". (ج.ر. رقم 84 - 29 ديسمبر 2005)
ج.ر. قم 44 ص 29	لمعدل ب: قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 شعبان عام 1435 الموافق 18 يونيو سنة 2014، يعدل ويتمم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 12 يونيو سنة 2005 الذي يحدد مدونة إيرادات ونفقات حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-057 الذي عنوانه "صندوق دعم الإستثمار وترقية ونوعية الأنشطة السياحية". (ج.ر. رقم 44 - 27 جويلية 2014)
ج.ر. قم 84 ص 44	- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 12 يونيو سنة 2005، يحدد كفايات متابعة وتقييم حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية". (ج.ر. رقم 84 - 29 ديسمبر 2005)
ج.ر. قم 73 ص 06	- مرسوم تنفيذي رقم 408-08 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429 الموافق 24 ديسمبر سنة 2008 يعدل ويتمم المرسوم تنفيذي رقم 112-90 مؤرخ في 17 ابريل سنة 1990 الذي يحدد كفايات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخزينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية".

ج.ر رقم 04 ص 13	(ج.ر رقم 73 - 28 ديسمبر 2008) - مرسوم تنفيذي رقم 14 - 19 مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 الموافق 21 يناير سنة 2014 ، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 90-112 المؤرخ في 22 رمضان عام 1410 الموافق 17 أبريل سنة 1990 الذي يحدد كفايات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 302-057 الذي عنوانه "صندوق دعم الاستثمار وترقية ونوعية الأنشطة السياحية" (ج.ر رقم 04 - 26 جانفي 2014)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
ج.ر. قم 05 ص 93	9/ تنظيم مكاتب السياحة والاتحاديات الولائية والاتحادية الوطنية لمكاتب السياحة وعملها مرسوم رقم 85-15 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يتضمن تنظيم مكاتب السياحة والاتحاديات الولائية والاتحادية الوطنية لمكاتب السياحة وعملها. (جر. رقم 05 المؤرخة في 27 يناير 1985)
ج.ر. قم 05 ص 11	10/ هيئات التشاور والتسهيل للنشاطات السياحية مرسوم تنفيذي رقم 94-39 المؤرخ في 13 شعبان عام 1414 الموافق 25 يناير سنة 1994 يتضمن إنشاء لجنة وطنية لتسهيل النشاطات السياحية (ج.ر. 05-26 جانفي 1994)
ج.ر. قم 89 ص 04	مرسوم رئاسي رقم 02-479 المؤرخ في 27 شوال عام 1423 الموافق 31 ديسمبر سنة 2002 يتضمن إنشاء المجلس الوطني للسياحة و يحدد صلاحياته و تنظيمه و عمله (ج.ر. رقم 89 - 31 ديسمبر 2002)
ج.ر. قم 40 ص 17	11/ ترسيم المهرجانات واليوم الوطني للسياحة مرسوم تنفيذي رقم 08-224 مؤرخ في 11 رجب عام 1429 الموافق 14 يوليوسنة 2008 يتضمن تأسيس المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية (جر. رقم 40 - 16 جويلية 2008)
ج.ر. قم 68 ص 30	مرسوم تنفيذي رقم 08-384 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1429 الموافق 26 نوفمبر سنة 2008 يتضمن تأسيس المهرجان الدولي للسياحة والأسفار (جر. رقم 68 - 03 ديسمبر 2008)
ج.ر. رقم 35 ص 34	قرار مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1432 الموافق 29 مايو سنة 2011، يتضمن إحداث اليوم الوطني للسياحة. (جر. رقم 35-22 جوان 2011)
ج.ر. قم 56 ص 6	12/ القانون الأساسي الخاص بمفتشي السياحة مرسوم تنفيذي رقم 08-302 مؤرخ في 24 رمضان عام 1429 الموافق 24 سبتمبر سنة 2008 يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسلوك مفتشي السياحة. (جر. رقم 56-28 سبتمبر 2008)
ج.ر. قم 39 ص 26	- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 23 شوال 1432 الموافق 21 سبتمبر 2011، يحدد إطار تنظيم المسابقات على أساس الاختبارات و الامتحانات المهنية لالتحاق بالرتب التابعة لسلوك مفتشي السياحة. (جر. رقم 39 - 01 جويلية 2012)
ج.ر. رقم 18 ص 43	- القرار المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 6 مايو سنة 2012 يحدد كفايات تنظيم التكوين التحضيري أثناء فترة التريض لشغل بعض الرتب المنتمية لسلوك مفتشي السياحة و منته وكذا محتوى برامجها. (جر. رقم 18-31 مارس 2013)

الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	13/ النظام التعويضي الخاص بمفتشي السياحة
ج.ر رقم 35 ص 15	-مرسوم تنفيذي رقم 11-228 مؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة (جر رقم 35-22 جوان 2011)
ج.ر رقم 34 ص 18	*مرسوم تنفيذي رقم 13 - 234 مؤرخ في 17 شعبان عام 1434 الموافق 26 يونيو سنة 2013 يحل المرسوم التنفيذي رقم 11-228 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 الذي يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة. (جر رقم 34-30 جوان 2013)
	14- الإطار القانوني المنظم للإدارة المركزية والمصالح الخارجية التابعة لها
	1-14- تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة
ج.ر رقم 02 ص 19	*مرسوم تنفيذي رقم 16-06 مؤرخ في 10 يناير 2016 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية (جر رقم 2 -13 جانفي 2016)
ج.ر رقم 59 ص 22	*مرسوم تنفيذي رقم 17-275 مؤرخ في 16 محرم عام 1439 الموافق 07 أكتوبر 2017 يحل المرسوم التنفيذي رقم 16-06 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 10 يناير سنة 2016 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية (جر رقم 59-17 أكتوبر 2017)
ج.ر رقم 59 ص 23	*مرسوم تنفيذي رقم 17-276 مؤرخ في 16 محرم عام 1439 الموافق 7 أكتوبر سنة 2017 يحل المرسوم التنفيذي رقم 16-07 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد مهام المفتشية العامة لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية وتنظيمها وسيرها . (جر رقم 59-17 أكتوبر 2017)
ج.ر رقم 62 ص 26	*قرار وزاري مشترك مؤرخ في 22 ذي الحجة عام 1439 الموافق 2 سبتمبر سنة 2018 يحل القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 15 صفر عام 1438 الموافق 15 نوفمبر سنة 2016 الذي يحدد عدد المناصب العليا للعمال المهنيين وسائقي السيارات والحجاب بعنوان الإدارة المركزية لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية (جر رقم 62-17 أكتوبر 2018)
ج.ر رقم 43 ص 10	*مرسوم تنفيذي رقم 20-195 مؤرخ في 04 ذي الحجة عام 1441 الموافق 25 يوليو سنة 2020، يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 16-05 المؤرخ في 29 ربيع الأول 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية (جر رقم 43-28 يوليو 2020)
ج.ر رقم 43 ص 11	*مرسوم تنفيذي رقم 20-196 مؤرخ في 04 ذي الحجة عام 1441 الموافق 25 يوليو سنة 2020، يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 16-06 المؤرخ في 29 ربيع الأول 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتنظيمها وسيرها . (جر رقم 43-28 يوليو 2020)
ج.ر رقم 43 ص 12	*مرسوم تنفيذي رقم 20-197 مؤرخ في 04 ذي الحجة عام 1441 الموافق 25 يوليو سنة 2020، يحل المرسوم التنفيذي رقم 16-07 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق

	10 يناير سنة 2016 الذي يحدد مهام المفتشية العامة لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية وتنظيمها وسيرها . (جر رقم 43-28 يوليو 2020) *مرسوم تنفيذي رقم 21-400 مؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1443 الموافق 21 أكتوبر سنة 2021. يحل المرسوم التنفيذي رقم 16 05 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (جر رقم 81-24 أكتوبر 2021) *مرسوم تنفيذي رقم 21-401 مؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1443 الموافق 21 أكتوبر سنة 2021. يحل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 16-06 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (جر رقم 81-24 أكتوبر 2021) *مرسوم تنفيذي رقم 21-402 مؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1443 الموافق 21 أكتوبر سنة 2021، يحل المرسوم التنفيذي رقم 16-07 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد مهام المفتشية العامة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي وتنظيمها وسيرها . (جر رقم 81-24 أكتوبر 2021) *مرسوم تنفيذي رقم 21-403 مؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1443 الموافق 21 أكتوبر سنة 2021، يحل المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 2912 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي وتنظيمها وسيرها . (جر رقم 81-24 أكتوبر 2021) 14-2- مكتب الأمن الداخلي في المؤسسة على مستوى الوزارة *قرار مؤرخ في 10 أكتوبر 2016 يحدد تشكيلة المكتب الوزاري للأمن الداخلي في المؤسسة على مستوى وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية وسيره (ج ر رقم 17-15 مارس 2017) *قرار مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1442 الموافق 10 ديسمبر سنة 2020 ، يحل القرار المؤرخ في 8 محرم عام 1438 الموافق 10 أكتوبر سنة 2016 الذي يحدد تشكيلة المكتب الوزاري للأمن الداخلي في المؤسسة على مستوى وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية وسيره . 14-3- المناصب العليا للموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة في المؤسسات والإدارات العمومية التابعة للوزارة *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 12 جمادى الثانية عام 1439 الموافق 28 فبراير سنة 2018 يحل القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 30 ذي الحجة عام 1437 الموافق 2 أكتوبر سنة 2016 الذي يحدد عدد المناصب العليا للموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة في المؤسسات والإدارات العمومية ،بحسب الإدارة المركزية لوزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية (جر رقم 20-4 أبريل 2018)
ج.د. رقم 81 ص 11	
ج.د. رقم 81 ص 12	
ج.د. رقم 81 ص 12	
ج.د. رقم 81 ص 13	
ج.د. رقم 17 ص 19	
ج.د. رقم 17 ص 19	
ج.د. رقم 20 ص 25	

	14-4-تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في مكاتب *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 8 رجب عام 1439 الموافق 26 مارس سنة 2018 يحدد تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في مكاتب (ج ر رقم 22-18 أفريل 2018) *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1442 الموافق 11 فبراير سنة 2021 ، يحل ويتمم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 8 رجب عام 1439 مارس سنة 2018 الذي يحدد تنظيم الإدارة المركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في مكاتب (ج ر رقم 16-4 مارس 2021) 14-5- المصالح الخارجية التابعة للوزارة في مكاتب *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق لـ 20 مايو سنة 2012 ، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب (ج ر رقم 60-31 أكتوبر 2012) *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1442 الموافق 11 فبراير سنة 2021 يحدد تنظيم المديرية المنتدبة للسياحة والصناعة التقليدية ، في مصالح ومكاتب (ج ر رقم 16-4 مارس 2021) *قرار وزاري مشترك مؤرخ في 6 رجب عام 1442 الموافق 18 فبراير سنة 2021 ، يحل ويتمم القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012 يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية ، في مكاتب (ج ر رقم 16-4 مارس 2021) * قرار مؤرخ في 13 صفر عام 1440 الموافق 22 أكتوبر سنة 2018 ، يتضمن إنشاء لجنة الطعن المختصة بأسلاك موظفي وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (ج ر رقم 28-30 أفريل 2019) *قرار مؤرخ في 13 صفر عام 1440 الموافق 22 أكتوبر سنة 2018 ، يتضمن تشكيلة لجنة الطعن المختصة بأسلاك موظفي وزارة السياحة والصناعة التقليدية. (ج ر رقم 28-30 أفريل 2019) *مرسوم تنفيذي رقم 20-198 مؤرخ في 04 ذي الحجة عام 1441 الموافق 25 يوليو سنة 2020 ، يحل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتحديد مهامها وتنظيمها . (ج ر رقم 43-28 يوليو 2020)

الملحق رقم (2): استمارة بطاقة الراجحي مسافر لمصرف الراجحي



Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Berhad
(Company No. 1010138-M)

PRODUCT DISCLOSURE SHEET (PDS) / LEMBARAN PENDEDAHAN PRODUK (LPP)

(Read this Product Disclosure Sheet before you decide to take out the Musafir Card-i. Be sure to also read the general terms and conditions.) /
(Baca Lembaran Pendedahan Produk ini sebelum anda berkeputusan mengambil Kad Musafir-i. Pastikan juga anda membaca terma dan syarat umumnya.)

AL RAJHI BANK

Musafir Card-i / Kad Musafir-i

This PDS is dated / LPP ini bertarikh :

(Date issued to customer / Tarikh dikeluarkan kepada pelanggan)

1. What is this product about? / Apakah produk ini?

- Musafir Card-i is designed for the convenience of customers to perform ATM cash withdrawal at Al Rajhi Bank ATMs in Saudi Arabia. You are required to maintain a Malaysian Ringgit (MYR) deposit account and a Saudi Riyal (SAR) foreign currency account with the Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Bhd ("the Bank"), to be linked to your Musafir Card-i. If you close your foreign currency account maintained with the Bank, your Musafir Card-i will automatically be cancelled. / Kad Musafir-i direka untuk memudahkan pelanggan melakukan pengeluaran tunai ATM di ATM Al Rajhi Bank di Arab Saudi. Anda dikehendaki mengekalkan akaun deposit Ringgit Malaysia (MYR) dan akaun mata wang asing Riyal Saudi (SAR) dengan pihak Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Bhd ("pihak Bank"), yang akan dikaitkan dengan Kad Musafir-i anda. Jika anda menutup akaun mata wang asing yang dikekalkan dengan pihak Bank, Kad Musafir-i anda akan dibatalkan secara automatik.

Other Benefits: / Manfaat lain:

Musafir Card-i cardholder will enjoy the following: / Pemegang Kad-i Musafir akan menikmati perkara berikut:

- ✓ Protection against foreign currency exchange rate fluctuations / Perlindungan daripada turun naik kadar tukaran mata wang asing
- ✓ Lower ATM cash withdrawal fee @ 4 SAR per transaction / Bayaran ATM tunai yang lebih rendah @ 4 SAR bagi setiap transaksi
- ✓ Reloadable, replaceable and refundable / Bokeh diisi semula, diganti dan dikembalikan
- ✓ ATM cash withdrawal of up to 5,000 SAR per transaction / Pengeluaran tunai ATM sehingga 5,000 SAR setiap transaksi

- Musafir Card-i has been developed in line with the Shariah contract of of Sari (currency exchange) and Qard (loan) where customer who wishes to apply for the card will enter into the contract of Sari to convert their money into Saudi Riyal (SAR) and subsequently lend the Bank the money. When ATM cash withdrawal of money is made in the Kingdom of Saudi Arabia, the Bank is then considered as repaying the loan. In the event the customer request for refund, the Bank will repay the available balance in Ringgit Malaysia (RM) after conversion at the Bank's prevailing rate of the day. / Kad Musafir-i telah dibangunkan selaras dengan kontrak Syariah, Sari (pertukaran mata wang) dan Qard (pinjaman) di mana pelanggan yang ingin memohon kad akan menyetujui kontrak Sari untuk menukar wang mereka ke Saudi Riyal (SAR) dan seterusnya memberi pinjaman kepada pihak Bank. Apabila pengeluaran wang tunai di ATM dibuat di Arab Saudi, pihak Bank kemudian dianggap sebagai membayar balik pinjaman tersebut. Sekiranya pelanggan memohon untuk bayaran balik, Bank akan membayar balik baki sedia ada dalam Ringgit Malaysia (RM) selepas penukaran pada kadar semasa pihak Bank pada hari tersebut.

2. What are the fees and charges I have to pay? / Apakah fi dan caj yang saya perlu bayar?

Fees Type / Jenis Fi	Details / Butiran
Annual Fee / Fi Tahunan	No Annual Fee / Tiada Fi Tahunan
Overseas ATM Withdrawal Fee / Fi Pengeluaran Wang Tunai ATM di Luar Negara	
Cash Withdrawal at Al Rajhi Bank ATM Network (Saudi) / Pengeluaran Wang Tunai di Rangkaian ATM Al Rajhi Bank (Saudi)	SAR 4 per transaction / 4 SAR setiap transaksi
*Domestic ATM Withdrawal is not available	

Page 1 of 4



Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Berhad
0009018

Oversea Transaction Conversion Fee / <i>Fi Penukaran Transaksi Luar Negara</i>	Based on the Bank daily exchange rate and fees / <i>Berdasarkan kadar pertukaran dan fi harian Bank</i>
Card Replacement Fee / <i>Fi Penggantian Kad</i>	
Card Replacement / <i>Penggantian Kad</i>	SAR 15 / 15 SAR
New Issuance / <i>Pengeluaran Baru</i>	SAR 15 / 15 SAR
Card Renewal (Expired after 2 years) / <i>Pembaharuan Kad (Taraf setelah 2 tahun)</i>	SAR 15 / 15 SAR
Sales Draft Retrieval Fee / <i>Fi Perolehan Kembali Jualan Draft</i>	
Transaction Receipt/Sales Draft Retrieval Request / <i>Ra'it Transaksi / Permintaan Perolehan Kembali Jualan Draft</i>	Service Not Available / <i>Perkhidmatan Tidak Tersedia</i>
Additional Statement Request Fee / <i>Fi Permintaan Penyata Tambahan</i>	
Current Account / <i>Akaun Semasa</i>	RM 5.00 per statement / <i>setiap penyata</i>
Others / <i>Lain-Lain</i>	
Non-Cash Transactions / <i>Transaksi Bukan Tunai</i>	
(a) Balance enquiry at ATM Network / <i>Semakan Baki di Rangkaian ATM</i>	(a) Waived / <i>Dikisualikan</i>
(b) Card Renewal (Expired after 2 years) / <i>Pembaharuan Kad (Taraf setelah 2 tahun)</i>	(b) SAR 15 / 15 SAR

3. What are the key terms and conditions? / *Apakah terma utama?*

- Pre-authorisation for payment using Musafir Card-i / *Pre-kebenaran untuk pembayaran menggunakan Kad Musafir-i*
Pre-authorisation for payment using Musafir Card-i at automated fuel dispenser is not applicable. / *Pre-kebenaran untuk pembayaran menggunakan Kad Musafir-i di pembekal bahan api automatik tidak boleh digunakan.*
- Use the Musafir Card-i responsibly, including not using the Musafir Card-i for unlawful activity / *Gunakan Kad Musafir-i secara bertanggungjawab, termasuk tidak menggunakan Kad Musafir-i untuk aktiviti yang menyalahi undang-undang*
- Check the account statement and report any discrepancy without undue delay / *Periksa penyata akaun dan laporkan sebarang perenggan tanpa penangguhan yang tidak wajar*

4. What if I fail to fulfil my obligations? / *Apakah yang berlaku jika saya gagal memenuhi tanggungjawab saya?*

- Musafir Card-i cardholder will be held liable for PIN-based unauthorized transactions if the cardholder have: / *Pemegang Kad Musafir-i bertanggungjawab ke atas urusan niaga tanpa kebenaran berasaskan PIN jika pemegang kad debit:*
 - ✓ *Added fraudulently; / Melakukan penipuan;*
 - ✓ *Delayed in notifying the bank as soon as reasonably practicable after having discovered the loss or unauthorised use of the Musafir Card-i; / Lewat memberitahu pihak Bank secepat mungkin dan munasabah selepas mengetahui kehilangan atau penggunaan tanpa kebenaran ke atas Kad Musafir-i anda;*
 - ✓ *Voluntarily disclosed the PIN to another person; or / Secara sukarela mendedahkan PIN kepada orang lain; atau*
 - ✓ *Recorded the PIN on the Musafir Card-i or on anything kept in close proximity with the card. / Merekodkan PIN anda pada Kad Musafir-i anda atau pada apa-apa yang disimpan berdekatan dengan kad.*

Note: Signature verification or with contactless card is not be applicable for Musafir Card-i.

- Loss and theft of Musafir Card-i and disclosure of PIN to an unauthorised person may lead to unauthorised use of Musafir Card-i and monetary loss to cardholder. / Kehilangan dan kecurian Kad Musafir-i dan pendedahan PIN kepada orang yang tidak dibenarkan boleh menyebabkan penggunaan Kad Musafir-i tanpa kebenaran dan kerugian kewangan kepada pemegang kad.
- Insufficient funds in account may lead to inability to complete the transaction, make payment or perform cash withdrawal using Musafir Card-i. / Dana tidak mencukupi dalam akaun mungkin mengakibatkan ketidakupayaan untuk menyelesaikan urusan niaga, membuat bayaran atau membuat pengeluaran tunai menggunakan Kad Musafir-i.
- Delays in reporting to the bank on loss or theft of Musafir Card-i or disclosure of PIN to unauthorised person may also lead to unauthorised use of Musafir Card-i and monetary loss to cardholder. / Kelewatan dalam melaporkan kepada bank mengenai kerugian atau kecurian Kad Musafir-i atau pendedahan PIN kepada orang yang tidak dibenarkan juga boleh menyebabkan kegagalan penggunaan Kad Musafir-i dan kerugian kewangan kepada pemegang kad.

Other Key Terms and Conditions: / Terma dan Syarat Utama Lain:

- **Musafir Card-i and PIN Security / Kad Musafir-i dan PIN Keselamatan**
Keep the Musafir Card-i and PIN secure at all times. These shall include not to: / Pastikan Kad Musafir-i dan PIN selamat sepanjang masa. Ini termasuk tidak:
 - i. Disclose the Musafir Card-i details or PIN to any other person; / Mendedahkan butiran Kad Musafir-i atau PIN kepada mana-mana orang lain;
 - ii. Write down the PIN on the Musafir Card-i, or on anything kept in close proximity with the card; / Menulis PIN di Kad Musafir-i, atau apa-apa yang disimpan berdekatan dengan kad;
 - iii. Use a PIN selected from your birth date, identity card, passport, driving license or contact numbers; and / Menggunakan PIN yang dipilih dari tarikh lahir anda, kad pengenalan, pasport, lesen memandu atau nombor perhubungan; dan
 - iv. Allow any other person to use the Musafir Card-i and PIN. / Membenarkan mana-mana orang lain untuk menggunakan Kad Musafir-i dan PIN.
- **Notification to the Bank / Pemberitahuan kepada pihak Bank**
Notify us immediately: / Beritahu kami segera:
 - i. After having discovered that the Musafir Card-i is lost, stolen, an unauthorised transaction had occurred or the PIN may have been compromised; / Setelah mengetahui bahawa Kad Musafir-i anda hilang, dicuri, transaksi tidak sah telah berlaku atau PIN mungkin telah dikompromikan;
 - ii. Upon receiving short message service (SMS) transaction alert if the transaction was unauthorised; and / Setelah menerima makluman transaksi perkhidmatan pesanan ringkas (SMS) jika transaksi itu tidak dibenarkan; dan
 - iii. Of any change in your contact number; / Sebarang perubahan dalam nombor perhubungan anda;

5. What are the major risks? / Apakah risiko utama?

- The risk of your Musafir Card-i being stolen or lost. You should notify the Bank immediately after having discovered the loss or unauthorised use of your Musafir Card-i. / Risiko Kad Musafir-i anda dicuri atau hilang. Anda harus memberitahu pihak Bank dengan serta-merta setelah mengetahui kehilangan atau penggunaan Kad Musafir-i yang tidak dibenarkan.



Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Berhad
(259957-B)

6. What do I need to do if there are changes to my contact details? / Apakah yang perlu saya lakukan jika terdapat perubahan pada maklumat perhubungan saya?

- It is important that you inform the Bank of any change in your contact details to ensure that all correspondences reach you in a timely manner. / Adalah penting untuk anda memaklumkan kepada pihak Bank apa-apa perubahan dalam maklumat perhubungan anda untuk memastikan sebarang surat-menyurat diterima oleh anda pada masa yang tepat.
- You may inform the Bank of such changes via various channels of communication such as email, visit branches or call centre at +603 2332 6000. / Anda boleh memaklumkan pada pihak Bank tentang perubahan tersebut melalui pelbagai saluran komunikasi seperti e-mel, cawangan Bank atau hubungi pusat panggilan Bank di +603 2332 6000.

7. Where can I get further information? / Di manakah saya boleh mendapatkan maklumat selanjutnya?

If you have any enquiries or wish to complaint on the products or services provided by the Bank, you may contact the Bank at: / Sekiranya anda mempunyai pertanyaan atau ingin mengadu mengenai produk atau perkhidmatan yang disediakan oleh pihak Bank, anda boleh menghubungi pihak Bank di:

Address/ Alamat : Al Rajhi Bank Customer Care Consultant
Al Rajhi Banking & Investment Corporation (Malaysia) Bhd
Ground Floor, East Block Wisma Golden Eagle Realty,
142-B Jalan Ampang, 50450 Kuala Lumpur

Tel / Tel : +603 2332 6000

Fax / Faks : +603-23326062

Email / E-mel : customersupport@alrajhibank.com.my

If your query or complaint is not satisfactorily resolved by the Bank, you may contact Bank Negara Malaysia LINK or TELELINK at: / Jika pertanyaan atau aduan anda tidak dapat diselesaikan secara memuaskan oleh pihak Bank, anda boleh menghubungi Bank Negara Malaysia LINK atau TELELINK di:

Address/ Alamat : Laman Informasi Nasihat dan Khidmat (LINK),
Tingkat Bawah Block D, Bank Negara Malaysia
Peti Surat 10922, 50929 Kuala Lumpur

Tel / Tel : 1-300-88-5465

Fax / Faks : +603-21741515

Email / E-mel : bnmtelink@bnm.gov.my

8. Other debit card packages available? / Pakej kad debit lain yang disediakan?

- Rafahia Debit Card-i / Kad Debit Rafahia-i
- Debit Card-i / Kad Debit-i

The information provided in this disclosure sheet is valid as at 1st October 2019. / Maklumat yang disediakan dalam helaian pendedahan ini adalah sah dari 1hb October 2019.