



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة  
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم المالية والمحاسبة



الميدان: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
الشعبة: علوم اقتصادية  
التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

دور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر  
دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة-

الأستاذ المشرف	إعداد الطلبة
قرين ربيع	زكرياء بن طافر
	1

لجنة المناقشة:

الصفة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	بوكرياسين
مشرفا ومقررا	قرين ربيع
مناقشا	الوافي حمزة

السنة الجامعية 2024/2023



# شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

نشكر الله عز وجل على كل نعمة وفضل، الحمد لله على نعمة العون والصبر على طريق العلم، له الحمد والشكر على كل خير أوطني إليه، فرحة وتفوق وتخرج. كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف " هرين ربيع " الذي سهر على أداء واجبه في الإشراف ولم يبخل علي لا بالوقت ولا بالعلم والحرص على توجيهي وتقديم ملحوظاته القيمة، فله كل الشكر والتقدير على ما قدمه من بداية هذا العمل إلى نهايته.

شكر خاص للأساتذة قسم العلوم الاقتصادية بالمركز الجامعي -ميلة-  
كما لا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر لموظفي و إدارات القرض الشعبي  
الجزائري -وكالة ميله- و كذا العاملين بمديرية السياحة.

قال الله تعالى: ﴿وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى﴾ { سورة النجم/39 }

أمل أن يكون سعيا خالصا لوجهه الكريم، و الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام

على أشرف المرسلين



الحمد لله حبا وشكرا على البدء و الختام ﴿وَإِخْرُجْنَاهُمْ أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، وسهلت لي الشدائد بدعائها، إلى الإنسانية العظيمة

{والتي الحبيبة}

إلى من كلل العرق جبينه وعلمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار، إلى النور الذي انار

دربي {والذي العزيز}

إلى من شدت عضدي بهم اخوتي وأبناء إخوتي

إلى من أكرمني الله بها و جعلها نصيبي {زوجتي الغالية} و إلى قرة عيني ابني الحبيب

إلى أصدقاء السنين وأصحاب الشدائد

و إلى كل من يعرفني من قريب أو بعيد



# فهرس المحتويات

## الفهرس

شكر و عرفان

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

مقدمة.....أ-هـ

### الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك التجارية

تمهيد.....7

المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية.....8

المطلب الأول: تعريف البنوك التجارية.....8

المطلب الثاني: نشأة البنوك التجارية.....10

المطلب الثالث: خصائص البنوك التجارية.....10

المبحث الثاني: أهمية، أهداف، و أنواع البنوك التجارية.....12

المطلب الأول: أهمية البنوك التجارية.....12

المطلب الثاني: أهداف البنوك التجارية.....13

المطلب الثالث: أنواع البنوك التجارية.....16

المبحث الثالث: موارد، استخدامات، و وظائف البنوك التجارية.....19

المطلب الأول: وظائف البنوك التجارية.....19

المطلب الثاني: موارد البنوك التجارية (جانب الخصوم):.....21

المطلب الثالث: استخدامات البنوك التجارية.....23

خلاصة الفصل.....27

## الفصل الثاني: التنمية السياحية

29	تمهيد
30	المبحث الأول: مدخل إلى التنمية السياحية
30	المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية وخصائصها
31	المطلب الثاني: دور السياحة في تحقيق التنمية وأهداف التنمية السياحية
33	المطلب الثالث: متطلبات تحقيق التنمية السياحية
35	المبحث الثاني: أساسيات التنمية السياحية
35	المطلب الأول: مبادئ واستراتيجيات التنمية السياحية
37	المطلب الثاني: أبعاد التنمية السياحية
39	المطلب الثالث: معوقات التنمية السياحية
41	المبحث الثالث: واقع وأفاق التنمية السياحية في الجزائر
41	المطلب الأول: واقع قطاع السياحة بالجزائر
43	المطلب الثاني: معوقات التنمية السياحية في الجزائر
45	المطلب الثالث: آفاق ترقية التنمية السياحية في الجزائر
47	خلاصة الفصل

## الفصل الثالث: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة-

50	المبحث الأول: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
50	المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري ومراحل تطوره
52	المطلب الثاني: مهام القرض الشعبي الجزائري وأهدافه
53	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لقرض الشعبي الجزائري
55	المبحث الثاني: واقع السياحة في ولاية ميلة

55	المطلب الأول: نبذة عن ولاية ميلة .....
55	المطلب الثاني: الإمكانيات الاستراتيجية والسياحية لميلة .....
57	المطلب الثالث: السياحة في ولاية ميلة .....
59	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية .....
59	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة .....
59	المطلب الثاني: أدوات الدراسة .....
60	المطلب الثالث: أساليب المعالجة الإحصائية .....
63	المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات الخاصة بعينة الدراسة .....
63	المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة .....
66	المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد عينة الدراسة الخاصة بالمحاور الرئيسية ..
85	خاتمة .....

### قائمة المراجع

ملاحق

ملخص



# قائمة الجداول

## قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	موارد واستخدامات البنوك التجارية	25
02	تطور رأسمال بنك القرض الشعبي الجزائري	51
03	توزيع منابع الحموية على مستوى تراب ولاية ميلة	56
04	الإستبانات الموزعة والمسترجعة من عينة الدراسة	59
05	معاملات الثبات (حسب ألفا كرونباخ)	62
06	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الجنس	63
07	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير العمر	64
08	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	64
09	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	65
10	إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد البيئي	67
11	إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الثقافي والاجتماعي	69
12	إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الاقتصادي	72
13	إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الخدمية	74
14	إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تمويل البنوك التجارية للسياح	77
15	عرض نتائج الانحدار المتعدد بأسلوب أنتر	80



# قائمة الأشكال

## قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	السمات المميزة للبنوك التجارية	14
02	أنواع البنوك التجارية	18
03	أنواع الودائع	24
04	أبعاد التنمية السياحية	39
05	هيكل بنك القرض الشعبي الجزائري CPA	54
06	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الجنس	63
07	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير العمر	64
08	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	65
09	توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	66



مقدمة

شهد الانسان المعاصر تطورا ملحوظا في مستوى نشاطه وزادت الضغوطات عليه وزادت معه أهمية وسائل الراحة والترفيه ولم تعد السياحة مجرد نزهة بل أصبحت ضرورة إنسانية، وهو ما أوجد صناعة قائمة بذاتها لها استراتيجياتها ومبادئها ويتم تصديرها، وبما أن السياحة قد صارت رقما مهما بين القطاعات الاقتصادية وتشغل نسبة لا بأس بها من اليد العاملة فقد أولى لها المنظرون الاقتصاديون أهمية بالغة وخصصت لها دراسات وأبحاث جمة منذ بدايات القرن العشرين.

أصبحت السياحة موردا اقتصادات واجتماعيا له وزن مرموق وقد عملت الدول على الاهتمام بها واستغلالها على أحسن وجه مما يسمح بالحصول على عائدات معتبرة تساهم في زيادة الدخل الوطني والتوظيف الأمثل لإمكانياتها الطبيعية والثقافية مع الحرص على إحداث تنمية للقدرات السياحية الوطنية؛ غير أن الجزائر ورغم غناها بمقومات السياحة المتعددة، لا زالت بعيدة في مستواها عن جيرانها المتوسطيين ولعل مشكل التمويل هو أحد أبرز المشاكل التي تواجه هذا القطاع وتقف دون الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية وتنشيطها، وهنا تبرز البنوك التجارية كجهة تمويلية للتنمية السياحية سواء بالنسبة للجهات المقدمة للخدمة السياحية، أو بالنسبة للأفراد باعتبارهم مستهلكين للمنتج السياحي.

### الإشكالية الرئيسية:

تعتبر ولاية ميلة من ولايات الشمال الشرقي الجزائري الغنية بالموروث التاريخي والثقافي والطبيعة الخلابة وهو ما جعلها ذات قدرات سياحية كبيرة ولكنها تبقى غير مستغلة، وفي الجزء التطبيقي لدراستنا تطرقنا إلى واقع السياحة لولاية ميلة وآفاقها ودور البنوك التجارية ككل في تمويل التنمية السياحية مع التركيز على حالة بنك CPA

تأسيسا على ما سبق قمنا بطرح الإشكالية التالية:

\_ ما هو دور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في ولاية ميلة؟ وهل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر؟

وتندرج تحته التساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بالتنمية السياحية وماهي أبعادها؟
- كيف تقوم البنوك التجارية بالعمل على تنمية السياحة؟
- ماهي معوقات قيام تنمية سياحية؟ وما آفاق تطويرها؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل أبعاد التنمية السياحية في الجزائر؟

للإجابة عن هذه التساؤلات وضعنا الفرضيات التالية:

### الفرضية الرئيسية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر.

### الفرضيات الفرعية:

- التنمية السياحة تعلق أساسا بتطوير وتشيط المنتج السياحي، ولها عدة أبعاد هي البعد البيئي، البعد الثقافي والاجتماعي، البعد الاقتصادي والبعد الخدمي.

- تواجه التنمية السياحية في الجزائر عدة عراقيل أهمها مشكلة تمويل السياحة وكذا تأهيل الكوادر البشرية اللازمة لمرافقة تقديم الخدمة السياحية.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر.

### أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص وضعية تمويل السياحة على مستوى ولاية ميلة من طرف البنوك التجارية، يمكن أن نبرز أهداف البحث كما يلي:

- التعرف بالإمكانات السياحية المختلفة لولاية ميلة؛

- التعرف بالقرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة- ودوره في التمويل السياحي؛

- تعريف المجتمع المدني بدور البنوك التجارية في تمويل السياحة عن طريق الدراسة الميدانية.

### أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث من خلال أهمية موضوع التمويل السياحي، فالسياحة باعتبارها موردا اقتصاديا استراتيجيا يدر موارد مالية ضخمة خصوصا في البلدان التي لديها مقومات السياحة والجزائر من أغنى الدول بها وأكثرها تنوعا، ولكن التمويل يبقى ضرورة حتمية لمسايرة التطور الحاصل في القطاع السياحي العالمي، لهذا اكتسى موضوع تمويل السياحة والتنمية السياحية أهمية بالغة.

### مبررات اختيار الموضوع:

تعدد أسباب اختيار موضوع الدراسة وتكمن في:

- الأهمية المتزايدة للسياحة والتنمية السياحية في الاقتصاد الجزائري؛
- الميول الشخصية للتعرف على إمكانيات الولاية السياحية من ثقافة وآثار وتاريخ؛
- معاصرة الموضوع وتعدد الدراسات والأبحاث التي تناولته.

### صعوبات البحث:

واجهنا عدة صعوبات في أثناء إجراء هذه الدراسة منها:

- تداخل الصلاحيات بين الوزارات: وزارة الثقافة، وزارة السياحة، وزارة الأوقاف والشؤون الدينية؛
- قلة الإحصائيات المتعلقة بالموارد السياحية والمداخل الحقيقية للقطاع؛
- وجود بعض المواقع الأثرية في ملكيات عائلية خاصة، ما يجعل الوصول إليها اعتداء على حرمة الملكية.
- الالتزامات المهنية والشخصية للطالب.

### منهج البحث:

بغرض الإحاطة بموضوع الدراسة من جميع جوانبه، تم استخدام المنهج الوصفي وهو الأنسب لمعالجة للدراسات الاقتصادية الإنسانية ووصف الظاهرة محل الدراسة، في حين اعتمدنا المنهج الرياضي التحليلي في الجانب التطبيقي من الدراسة، أين قمنا باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات ومن ثم تحليلها للوصول إلى النتائج النهائية

وعليه فالمنهج المستخدم في دراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي.

### الحدود المكانية والزمانية للبحث:

أعدنا الدراسة النظرية في الفترة الزمنية من 15 جانفي إلى 7 أفريل 2024، بينما تم إجراء الدراسة التطبيقية بين 15 أفريل وحتى نهاية شهر ماي 2024، ليخصص شهر جوان لعملية التحليل الخاصة بالاستبيان وإخراج البحث.

### الدراسات السابقة:

\* دراسة مفاتيح يمينية بعنوان: أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية- حالة إقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بتونس-أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2018م

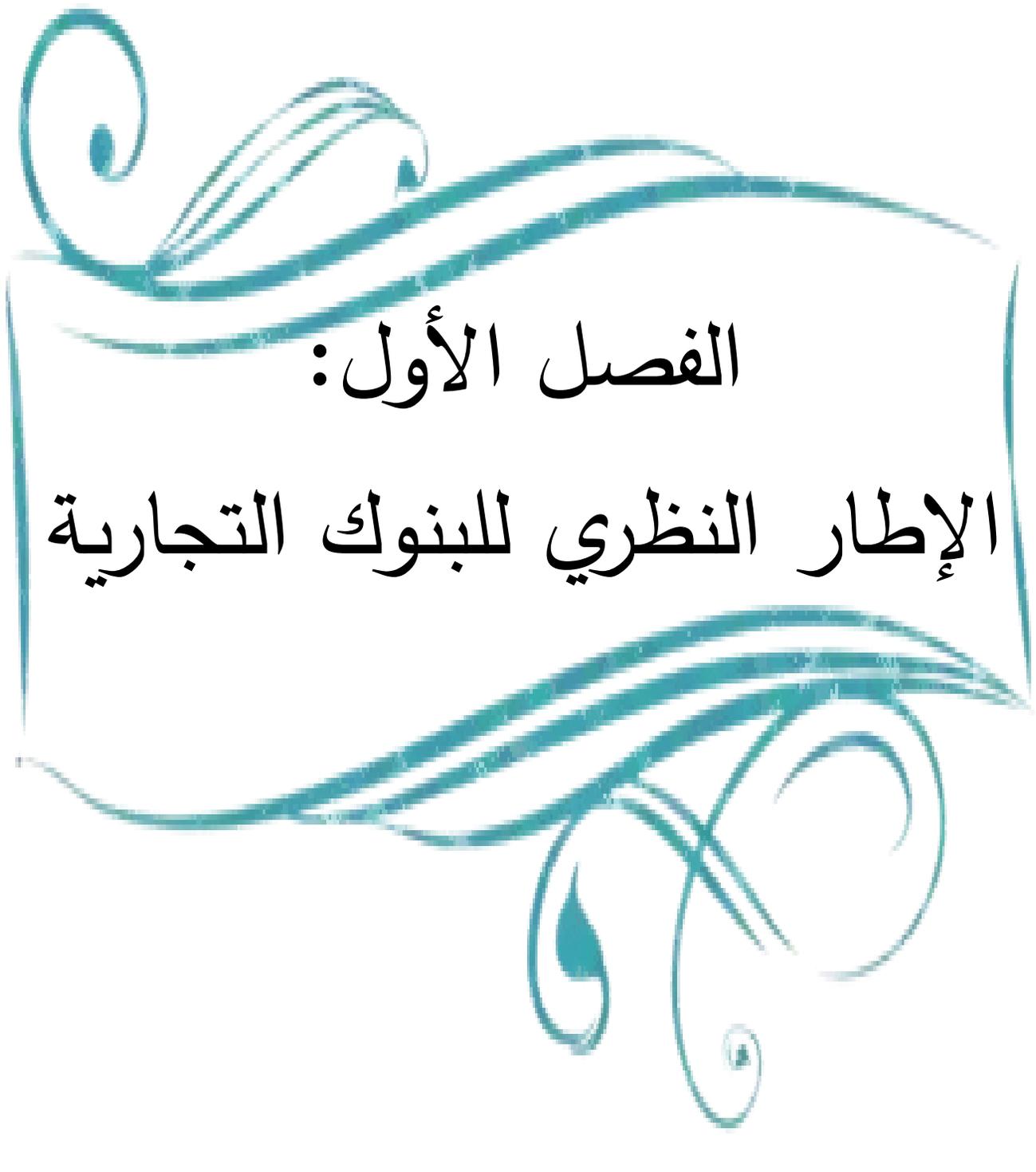
هدفت الدراسة إلى إبراز واقع التنمية السياحية في الجزائر وتسلط الضوء على المشاريع السياحية التنموية مع وضع تصور للسياحة الصحراوية مساهمتها في التنمية الاقتصادية، وخلصت إلى أن وكالات إقليم الأهقار يقومون بتطبيق أساليب الابتكار السياحي القائم على الجذب وبهذا فهم يمارسون دورا في تنمية الإقليم وكما وجدت أن هناك علاقة ارتباط قوية بين مجال الابتكار العملياتي والتنمية السياحية بوكالات الإقليمين وأن درجة الابتكار العملياتي لدى الإقليمين متساوية. واقترحت الباحثة تطبيق نموذج الحلزون الثلاثي الذي يؤيد التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية.

\* دراسة يحي سعيدي، سليم العمرابي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية- حالة الجزائر - مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، العدد 36، بغداد، 2013م

هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الفعال الذي يقوم به قطاع السياحة في عملية التنمية الشاملة بكل جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ضمن الاقتصاد العالمي، وتسلط الضوء على واقع مساهمة القطاع السياحي في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالجزائر، وخلصت إلى أن السياحة في العصر الحالي صناعة متكاملة تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية لكثير من البلدان التي اهتمت بتطويرها، على عكس الجزائر والتي رغم ادراجها للاستثمار السياحي ضمن خططها للتنمية إلا أنها لم تحض بنفس القدر من الاهتمام مقارنة بغيرها من القطاعات الاقتصادية، وهذا راجع للاعتماد الكلي في الإيرادات على قطاع المحروقات.

\* دراسة علي رحال، عامر سليمان بعنوان: التنمية السياحية المستديمة - دراسة حالة الجزائر وتونس-، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 01، الجزائر، 2011.

كان هدف البحث دراسة وتقييم أداء القطاع السياحي في الجزائر وتونس من خلال فحص مكونات الاستراتيجية التنموية السياحية في كلا البلدين، لثتم بعدها المقارنة من خلال: مستوى التشغيل، المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، المساهمة في ميزان المدفوعات، ومؤشر تنافسية السياحة السفر؛ وتوصل الباحثان إلى أن الأهداف الكمية لخطة التنمية في الجزائر ضئيلة جدا مقارنة مع تونس رغم توفر قدرات سياحية جبارة وتتشابه إلى حد كبير مع القدرات السياحية الطبيعية لتونس.



الفصل الأول:

الإطار النظري للبنوك التجارية

## تمهيد:

تتعدد التقسيمات الخاصة بالبنوك، فهناك حسب ملكيتها ما بين العام والخاص وهناك من يجعل التخصص الدقيق لنشاطها هو الفيصل من حيث هي تجارية وعقارية وصناعية...، إلا أن التقسيم الأكثر شيوعاً هو تقسيمها إلى تجارية وغير تجارية.

فالبنوك التجارية *comercial Banks* هي الأكثر أهمية بين البنوك تلك، لأنها البنوك الوحيدة التي تؤثر في العرض النقدي وزيادة ونقصانا، أما ما عداها من المؤسسات المصرفية المتنوعة فإنها تقوم بعمليات الإقراض والاقتراض والاستثمارات مثل البنوك التجارية، إلا أنها لا تستطيع أن تؤثر في مقدار المعروض من النقود، لذلك فإنه عادة ما يشير لفظ البنك إلى البنك التجاري ما لم يكن هناك تحديداً صريحاً لخلاف ذلك.

و من ناحية أخرى فإن البنوك تقوم بتقديم خدمات مساندة للخدمات السياحية من خلال: تفعيلها لمناطق سياحية من حيث الخدمات المتنوعة من سحب وتحويل للعملاء وصرف للشيكات وغيرها من المعاملات التي تسهل في إجراءات و مختلف عمليات السياحة للأفراد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2015م، ص225.

## المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية.

تؤدي البنوك التجارية دورا هاما في الاقتصاد الوطني، وتعد من أهم المؤسسات التي تقوم عليها عملية التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال وظائفها وخدماتها، التي ترفع كفاءة الاقتصاد.

فالبنوك التجارية بمجرد تلقيها لودائع جديدة فإنه يمكنها مضاعفة ما تمنحه من ائتمان، حيث يكفي أن تتلقى البنوك التجارية مائة وحدة نقدية في صورة وديعة إضافية، تحتفظ بجانب منها في صورة احتياطي نقدي حسب النسب التي يقررها البنك المركزي، ولتكن 20% مثلا وتستخدم ما تبقى (80% مثلا) في مضاعفة ودايعها من خلال عدة عمليات داخلية ومستمرة لتصبح مساوية لـ 500 وحدة نقدية، بمعنى أنه تم مضاعفة Multiplication الوديعة الأصلية وخلق ودايع ائتمانية جديدة بمعدل خمسة أمثال الإيداع، وبالطبع إذا كان الاحتياطي النقدي 10% فإن المضاعفة سوف ترتقي إلى عشرة أمثال.<sup>1</sup>

**ماهية البنك التجاري:** من الزاوية الحديثة فيمكن النظر إلى البنك على أنه: مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودايع تدفع عند الطلب، أو لآجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي، وخدمته ما يحقق أهداف خطة التنمية، وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عملية تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج، بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات، وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقا للأوضاع التي يقررها البنك المركزي.<sup>2</sup>

## المطلب الأول: تعريف البنوك التجارية

### التعريف 01:

تعرف البنوك التجارية بأنها: "بنوك الودائع نسبة إلى قيامها بقبول الودائع تحت الطلب أساسا، وهي الودائع القابلة للسحب لدى الطلب أو بعد أجل قصير، فضلا عن تعاملها بصفة أساسية في الائتمان قصير الأجل"<sup>3</sup>، والبنوك التجارية هي: "مؤسسات ائتمانية غير متخصصة بمعنى أن نشاطها لا يقتصر على فرع معين من فروع النشاط الاقتصادي كما هو الحال بالنسبة للبنوك الزراعية و الصناعية والعقارية والتي تعرف بالبنوك المتخصصة"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص234.

<sup>2</sup> - حمزة محمد الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص49.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص235.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص235.

كما يمكن أن تعرف البنوك التجارية بأنها: "تلك المؤسسات المالية التي تتعامل في الديون (الودائع المصرفية) التي تكون مقبولة على نطاق واسع في سداد ديون الأفراد الآخرين، لذا فهي المؤسسات التي يتم من خلالها تبادل النقود الحاضرة بالودائع المصرفية ومبادلة الودائع المصرفية بالنقود الحاضرة"<sup>1</sup>.

وبناء على ما تقدم من تعريف للبنك التجاري فلا بد أن يضطلع البنك بقبول الودائع القابلة للسحب عند الطلب، و إلا ينحصر نشاطه الأساسي في مزاولة عمليات الائتمان طويلة كالبنوك المتخصصة، وإن كان التطور المصرفي قد أسهم في إطلاع البنوك التجارية بكثير من وجوه النشاط التي تمارسها البنوك المتخصصة لتمويل رؤوس الأموال الثابتة تمويلا متوسط أو طويل الأجل و المشاركة في بعض المشروعات وشراء السندات الحكومية وغيرها، إلا أنه مازالت أنشطة الأجل القصير في موضوع اهتمام البنوك التجارية.

### تعريف 02:

يمكن تعريف البنك التجاري بأنه: "المنشأة أو الشركة المالية التي تقبل الودائع من الأفراد والهيئات (الأشخاص المعنوية)، تحت الطلب أو الأجل، ثم تستخدم هذه الودائع في فتح الحسابات والقروض بقصد الربح. و بذلك يقوم البنك بدور الوسيط بين المدخرين والمستثمرين، أو بين المودعين والمستوردين، فاكسب الدور الأهم في الوسط الاقتصادي على مر الزمن"<sup>2</sup>.

### التعريف 03:

حسب المادة 70 من القانون 03-11 المتعلق بالنقد و القرض، يعتبر بنكا تجاريا كل بنك يكون في وسعه القيام بجميع العمليات المنصوص عليها في المواد من 66 إلى 68 على أساس أنها تمثل مهنته العادية. وبالرجوع الى هذه المواد نجد أن البنوك التجارية في تلك المؤسسات التي تقوم بالعمليات التالية:

- تلقي الأموال من الجمهور لاسيما الودائع.
- منح القروض.
- توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن وإدارتها"<sup>3</sup>.

### التعريف 04:

<sup>1</sup> - حمزة محمد الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، مرجع سبق ذكره، ص235.

<sup>2</sup> - سلمان بودياب، اقتصاديات النقود والبنوك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 1996، ص113.

<sup>3</sup> - الطاهر لطرش، الاقتصاد النقدي والبنكي، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011-2012، ص357.

حسب البنك المركزي المصري والجهاز المصرفي والنقد، عرفت البنوك التجارية بأنها البنوك التي تقوم بصفة معتادة بقبول ودائع تدفع عقد الطلب أو لأجل محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية، وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يتطلبه متى عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقا للأوضاع التي يقررها البنك المركزي<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: نشأة البنوك التجارية

نشأت البنوك التجارية كمحصلة لظروف ومتطلبات اقتضتها التطورات الاقتصادية على مر السنين... ولعل الصيرافة في أوروبا وإيطاليا بالذات هم أول من طرق هذا الباب فلقد كان التجار ورجال الأعمال يودعون أموالهم أمر لهم لدى هؤلاء الصيرافة بقصد حفظها مقابل إيصالات يحررها الصيرافة لحفظ حقوق أصحاب الودائع وهكذا شأن الوظيفة الكلاسيكية الأولى للبنوك وهي إيداع الأموال وكان المودع إذا أراد ذهبه يعطي الصائغ الايصال ويأخذ الذهب، ومع مرور الزمن أصبح الناس يقبلون الإيصال فيما بينهم كوسيلة للتبادل ويبقى الذهب مكدسا في خزائن الصائغ وقد تنبه الصائغ إلى هذه الحقيقة فصار يقرض مما لديه من الذهب مقابل فائدة وهكذا نشأت الوظيفة الكلاسيكية الثانية للبنوك وهي الإقراض. أما خلق النقود أو إصدارها فقد نشأت عندما كان القرض يأخذ شكل إيصال يحرره الصائغ (بدلا من الذهب الحقيقي) ويعطيه للمقترض وخاصة بعدما صار أو أصبح الناس يتقنون بهذه الإيصالات لأنها قابلة للاستبدال بالذهب في أي وقت يشاؤون كما دلتهم على ذلك تجاربهم العديدة خلال تعاملهم مع الصائغ. وقيام الصائغ بهذه الأعمال لم يأت طفرة وإنما كان نتيجة لتطور استغرق زمتا طويلا واكبه ازدياد كبير في ثقة جمهور المتعاملين مع الصائغ مما حول مؤسسته إلى النواة الأولى للبنك التجاري<sup>2</sup>.

و لعل أول بنك قام كان في البندقية عام 1157م ثم توالى ظهور البنوك بعد ذلك فظهر بنك امستردام عام 1609 وبنك إنجلترا عام 1694 وبنك فرنسا عام 1800<sup>3</sup>.

### المطلب الثالث: خصائص البنوك التجارية

<sup>1</sup> - مختار عبد الحكيم طلبه مسلم، المختصر في النقود والبنوك وتفسير قيمة النقد، دار النهضة العربية، القاهرة، ص232.

<sup>2</sup> - زياد رمضان و محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2006، ص11.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص11.

يمكن دراسة خصائص البنوك التجارية تبعا لعدة معايير، من حيث حجم البنك، من حيث السوق الذي يخدمه البنك، من حيث التنظيمات الإدارية المختلفة التي يتبناها البنك، وسنركز على الخصائص التالية:<sup>1</sup>

#### 1- تأثير البنوك التجارية برقابة البنك المركزي ولا تؤثر عليه:

يمارس البنك المركزي رقابته على البنوك من خلال جهاز مكلف بذلك، في حين أن البنوك التجارية مجتمعة لا يمكنها أن تمارس أي رقابة أو تأثير على البنك المركزي.

#### 2- تعدد البنوك التجارية والبنك المركزي واحد:

تتعدد البنوك التجارية وتتوسع تبعا لحاجات السوق الائتمانية، غير أن البنك المركزي يبقى واحدا، غير أن تعدد البنوك التجارية في الاقتصاديات الرأسمالية المعاصرة لا تمنع من ملاحظة الاتجاه العام نحو التركيز وتحقيق نوع من التقاهم والتحالفات الإستراتيجية، هذا التركيز من شأنه خلق وحدات مصرفية ضخمة قادرة على التمويل الواسع والسيطرة شبه الاحتكارية على أسواق النقد والمال غير أن هذا التركيز لم يصل بعد إلى مرحلة نتصور فيها وجود بنك تجاري واحد في بلد ما.

#### 3- تختلف النقود المصرفية عن النقود القانونية:

تختلف النقود المصرفية التي تصدرها البنوك التجارية عن النقود القانونية التي يصدرها البنك المركزي، فالأولى إبرائية وغير نهائية بقوة التشريع وتتماثل النقود القانونية في قيمتها 'المطلقة' بصرف النظر عن اختلاف الزمان والمكان. والنقود القانونية تخاطب كافة القطاعات في حين النقود المصرفية تخاطب القطاع الاقتصادي.

#### 4- تسعى البنوك التجارية إلى الربح عكس البنك المركزي:

تعتبر البنوك التجارية مشاريع رأسمالية، هدفها الأساسي تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح بأقل تكلفة ممكنة، على عكس أهداف البنك المركزي، والتي تتمثل في الإشراف والرقابة والتوجيه وإصدار النقود القانونية، وتنفيذ السياسة المالية للدولة.

<sup>1</sup> - منير ابراهيم هندي، إدارة البنوك التجارية (مدخل اتخاذ القرارات)، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2010، ص 61.

## المبحث الثاني: أهمية، أهداف، و أنواع البنوك التجارية

### المطلب الأول: أهمية البنوك التجارية

تعد البنوك التجارية من أهم المؤسسات التي لها تأثير في التنمية الاقتصادي لأي دولة لما تقوم به من مجموعة من الوظائف وتقديم العديد من الخدمات للشركات والأفراد، وتظهر أهمية البنوك التجارية من خلال الآتي:<sup>1</sup>

- البنوك ضرورية ولا غنى عنها للتبادل لما توفره من أساليب وأدوات تؤدي إلى تبسيط وتسريع وزيادة المبادلات مثلا: استعمال الشيك؛
- للبنوك دور كبير في توجيه الادخار نحو الاستثمار فتراكم رأس المال سواء كان ملموسا كالمعدات أو غير ملموس كالتدريب والتكوين لا يتم إلا نتيجة الادخار الذي قد يكون ادخار فردي أو ادخار مؤسسة أو ادخار حكومي وكل هذه المدخرات تمثل أصولا كبيرة يتطلب توجيهها نحو الاستثمار؛
- بدون البنوك تكون الخاطرة أكبر لاقتصاد المشاركة على مشروع واحد نظرا لتنوع استثمارات؛
- نظرا لتنوع استثمارات البنوك فإنها توزع المخاطر مما يجعل في الإمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطرة عالية؛
- إن وساطة البنوك الأصول المالية متنوعة المخاطر، مختلفة العوائد وبشروط مختلفة للمستثمرين يجعلها تستوعب جميع الرغبات وتستجيب لها؛
- البنوك تشجع الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأموال المالية التي يحجم عنها الأفراد خوفا من المخاطرة؛
- تحتوي البنوك التجارية تقريبا ثلاث أصول مالية من مجموع جميع المؤسسات المالية في الاقتصاد؛
- البنوك تساعد على انتقاء أصحاب الأموال والمستثمرين بالشروط والمدة؛
- لدى البنوك التجارية القدرة على توليد الأموال من الاحتياطات المتولدة من إيداعات الجمهور؛
- تعد البنوك التجارية القناة الأساسية التي من خلالها تبرز الدولة سياستها النقدية؛
- يستطيع البنك التجاري تقديم الخدمات المالية بشكل أفضل وواسع من باقي المؤسسات المالية كما يستطيع أن يلبي كل من الحاجات الائتمانية والدفع والتوفير لكل من الأفراد والأعمال والحكومات؛

<sup>1</sup> - شاكرا القزويني، محاضرات في الاقتصاد و البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 09.

- تلعب البنوك التجارية دوراً مهماً في تنمية الأسواق والمؤسسات المالية كما تساهم في تحقيق مشاكل البطالة من خلال خلق فرص عمل؛<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أهداف البنوك التجارية:

تسعى البنوك التجارية إلى تحقيق أهداف رئيسية هي:

#### 1- الربحية (Profitability):

تسعى إدارة البنوك دائماً إلى تحقيق أكبر ربح ممكن لأصحاب البنك إذ أن المعيار الأساسي لمدى كفاءة الإدارة هو الأرباح التي تحققها، فإذا حققت الإدارة أرباحاً أكثر فإن ذلك يعني أنها أكفأ من غيرها، كما هو وأن الوظيفة الرئيسية لإدارة البنك التجاري هي تحقيق الأرباح.

وحتى يتمكن البنك تحقيق الأرباح ينبغي أن تكون إيراداته أكبر من تكاليفه وتشمل إيرادات البنك البنود الآتية:

- \* الفوائد الدائنة على التسهيلات الائتمانية؛
- \* العمولات الدائنة التي تتقاضاها البنوك نظير خدماتها التي تقدمها للآخرين؛
- \* أجور الخدمات التي تقدمها البنوك وغير المتعلقة بطبيعة العمل البنكي كقيامها بتقديم استشارات اقتصادية ومالية وإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية؛
- \* عوائد العملة الأجنبية أي الأرباح المتحققة من الفرق بين أسعار الشراء والبيع؛
- \* إيرادات أخرى كعوائد الاستثمار في الأوراق المالية، والعوائد المتحققة من خصم الكمبيالات، وأي أرباح رأسمالية ناتجة عن بيع المصرف لأصل من أصوله بسعر أعلى من قيمته الدفترية.

أما فيما يتعلق بتكاليف البنك، فإنها تشمل على الآتي:<sup>2</sup>

- \* الفوائد المدينة على الودائع التي يقوم البنك بدفعها؛
- \* العمولات المدينة التي يدفعها البنك إلى المؤسسات المالية الأخرى نظير تقديمها خدمات للبنك ذاته؛
- \* البنوك الإدارية والعمومية.

#### 2- السيولة (Liquidity):

<sup>1</sup> - محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المنجاح، عمان، 2007، ص19.

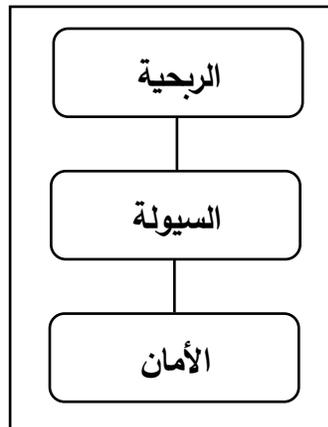
<sup>2</sup> - إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، مكتبة طريق العلم، دار عياد، ص140.

سيولة أي أصل من الأصول، تعني مدى سهولة تحويله إلى نقد بأقصى سرعة ممكنة وبأقل خسارة، وبناء عليه فإن البضاعة أكثر سيولة من العقارات. والذمم المدينة أكثر سيولة من البضاعة وهكذا، أما السيولة في البنوك فتعني قدرة البنك على الوفاء بالتزاماته المتمثلة في القدرة على مجابهة طلبات سحب المودعين أو مقابلة طلبات الائتمان وأية طلبات أو حاجات مالية أخرى، وهذا يعني أن على البنوك التجارية أن تحتفظ بنسبة سيولة تمكنها من الوفاء بالتزاماتها في أي لحظة، فالبنوك التجارية لا تستطيع كبقية منشآت الأعمال الأخرى تأجيل سداد ما عليها من مستحقات ولو لبعض الوقت فإن مجرد إشاعة عن عدم توفير سيولة كافية لدى البنك كفيلة بأن تزعزع ثقة المودعين ويدفعهم فجأة لسحب ودائعهم مما قد يعرض البنك للإفلاس.

### 3- الأمان (security):

لا يمكن للبنك التجارية أن تستوعب خسائر تزيد عن رأس المال الممتلك فأى خسائر من هذا النوع معناه التهام جزء من أموال المودعين، و بالتالي إفلاس البنك التجاري، لذلك تسعى البنوك التجارية بشدة إلى توفير أكبر قدر من الأمان للمودعين من خلال تجنب المشروعات ذات الدرجة العالية من المخاطرة والتي تعدد المناطق الجغرافية التي يخدمها البنك لأن ذلك يؤدي إلى تباين الزبائن (المودعين والمقترضين)، وأنشطتهم، وأيضا تباين في مدى حساسية تلك الأنشطة للظروف الاقتصادية العامة، وباختصار تسهم الفروع في تنوع (Diversification) ودائع البنك والقروض التي يقدمها وهو ما يقلل من احتمالات حدوث مسحوبات ضخمة مفاجئة تعرض البنك لمخاطر العسر المالي.

### الشكل (01): السمات المميزة للبنوك التجارية.



المصدر: بالاعتماد على المرجع: إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، مكتبة طريق العلم، دار عياد.

وفي ضوء ما تقدم يبدو أن هناك تعارض واضح بين الأهداف الثلاثة السابقة، وهو ما يمثل مشكلة الإدارة البنكية، فعلى سبيل المثال يمكن للبنك التجاري تحقيق درجة سيولة عالية من خلال احتفاظه بنقدية كبيرة داخل

خزائنه، إلا أن ذلك يؤثر سلباً على هدف الربحية، فالنقدية الراكدة داخل الخزينة لا يتولد عنها أي عائد في الوقت الذي مطالب في البنك بسداد عوائد على إيداعات الزبائن.<sup>1</sup>

إن الأهداف الثلاثة وهي (الربحية، والسيولة، والأمان) قد شكلت سياسة البنك في المجالات الرئيسية، إلا أن ما ينبغي ملاحظته هو التعارض الواضح بين الأهداف، وهو ما يمثل المشكلة الأساسية في إدارة البنوك التجارية. فمثلاً لا يستطيع البنك أن يحقق أقصى درجة من السيولة لو أنه احتفظ بموارده المالية في صورة نقدية، إلا أن هذا يترك أثراً سلبياً على الربحية، حيث لا يتولد عن النقدية أي عائد.

كذلك يمكن للبنك أن يوجه أمواله إلى استثمارات تدر عائداً مرتفعاً، غير أن مثل هذه الاستثمارات عادة ما تتعرض لمخاطر كبيرة قد ينجم عنها خسائر رأسمالية لا يستطيع البنك تحملها.

ويرجع التعارض بين الأهداف الثلاثة إلى تعارض بين أهداف طرفين أساسيين من الأطراف المعنية بشؤون البنك هما:

- الملاك.
- المودعين.

**فالملاك:** يأملون في تحقيق أقصى عائد، وهو ما يؤثر سلباً على مستوى السيولة ودرجة الأمان.

**أما المودعون:** فيأملون في أن يحتفظ البنك بقدر كبير من الأموال السائلة، وأن يوجه موارده المالية إلى استثمارات تنطوي على حد أدنى من المخاطر وهو ما يؤثر سلباً بدوره على هدف الربحية.<sup>2</sup>

ولا يعتقد جسيب (Jessup) أن السيولة والأمان يمكن أن يكونا - بل وينبغي ألا يكونا - أهدافاً للبنك التجاري. ذلك أن للبنك هدف وحيد (A single objective) هو تحقيق أقصى عائد للملاك، أما الاحتفاظ بقدر ملائم من الأموال السائلة وتجنب الاستثمارات التي يمكن أن يتعرض بسببها البنك لمخاطر رأسمالية - قد تلتهم أموال الملاك وتمتد إلى أموال المودعين - فلا تخرج عن كونها قيود (constants) على تحقيق الهدف.

و يمكن الاتفاق مع وجهة نظر جسيب (Jessup) لسبب رئيسي هو أن التشريعات و توجيهات البنك المركزي تكفل العديد من الضمانات التي تجنب البنوك التعرض لنقص السيولة، أو الإصابة بخسائر رأسمالية كبيرة.

<sup>1</sup> - إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، مرجع سبق ذكره، ص141.

<sup>2</sup> - سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص31.

من الأمثلة على هذه التشريعات تلك التي تعطي للبنك المركزي الحق في مراقبة أداء البنوك التجارية خاصة فيما يتعلق بالسيولة وجودة الاستثمارات، ومدى ملاءمة موارد البنك مع الاستخدامات التي وجهت إليها، وضرورة التأمين على أموال المودعين، يضاف إلى ذلك السماح للبنوك التجارية بالتعاون لمواجهة الصعوبات الطارئة التي قد يتعرض لها أحد البنوك والدعم المالي الذي قد يقدمه البنك المركزي للبنوك التجارية عندما يقتضي الأمر.

وإذا ما اتبعت البنوك نصوص التشريعات ومضمون تلك التوجيهات، فإن تعرضها لمخاطر العسر المالي ومخاطر انخفاض حافة الأمان بسبب الخسائر الرأس مالية- يصبح محمودا. بكلمات أخرى ينبغي أن تركز إدارة البنك على تحقيق هدف الملاك المتمثل في تحقيق أقصى عائد، أما أهداف المودعين المتمثلة في السيولة والأمان فيمكن أن يتحققا من خلال التشريعات، وتوجيهات البنك المركزي. وهذا طبعا لا يعني أن تتخذ إدارة البنك موقفا سلبيا (passive) بأن تقتصر على تنفيذ تلك التشريعات والتوجيهات، بل ما نقصده هو لا توضع السيولة والأمان اللذان ينشدهما المودعين في مصاف الأهداف، إذ يكفي اعتبارهما بمثابة قيود على هدف تعظيم العائد الذي يسعى الملاك إلى تحقيقه.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أنواع البنوك التجارية:

تنقسم البنوك التجارية إلى أنواع متعددة طبقا للزاوية التي يتم من خلالها النظر إلى البنوك وذلك على النحو التالي:<sup>2</sup>

#### أ- من حيث التغطية الجغرافية:

- 1- البنوك التجارية العامة: ويقصد بها تلك البنوك التي يقع مركزها الرئيسي في العاصمة أو في إحدى المدن الكبرى. وتباشر نشاطها من خلال فروع أو مكاتب على مستوى الدولة أو خارجها. وتقوم هذه البنوك بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية؛ وتمنح الائتمان -قصير ومتوسط الأجل- وكذلك فهي تباشر كافة مجالات الصرف الأجنبي وتمويل التجارة الخارجية.
- 2- البنوك التجارية المحلية: ويقصد بها تلك البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة نسبيا مثل: محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد.

ويقع المركز الرئيسي للبنك والفروع في هذه المنطقة المحددة. وتتميز هذه البنوك بصغر الحجم، كذلك فهي ترتبط بالبيئة المحيطة بها و ينعكس ذلك في مجموعة الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها.

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص32.

<sup>2</sup> - محمد فتحي البديوي، إدارة البنوك، ط1، المكتبة الأكاديمية، الجيزة، 2012، ص36.

**ب- من حيث حجم النشاط:**

- 1- **بنوك الجملة:** ويقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء والمنشآت الكبرى.
- 2- **بنوك التجزئة:** وهي عكس النوع السابق حيث تتعامل مع صغار العملاء والمنشآت الصغرى لكنها تسعى لاجتذاب أكبر عدد منهم. وتتميز هذه البنوك ما تتميز به متاجر التجزئة، فهي منتشرة جغرافياً، وتتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمنية والمكانية، ومنفعة التملك، والتعامل للأفراد وبذلك فإن التجزئة تسعى إلى توزيع خدمات البنك من خلال المستهلك النهائي.

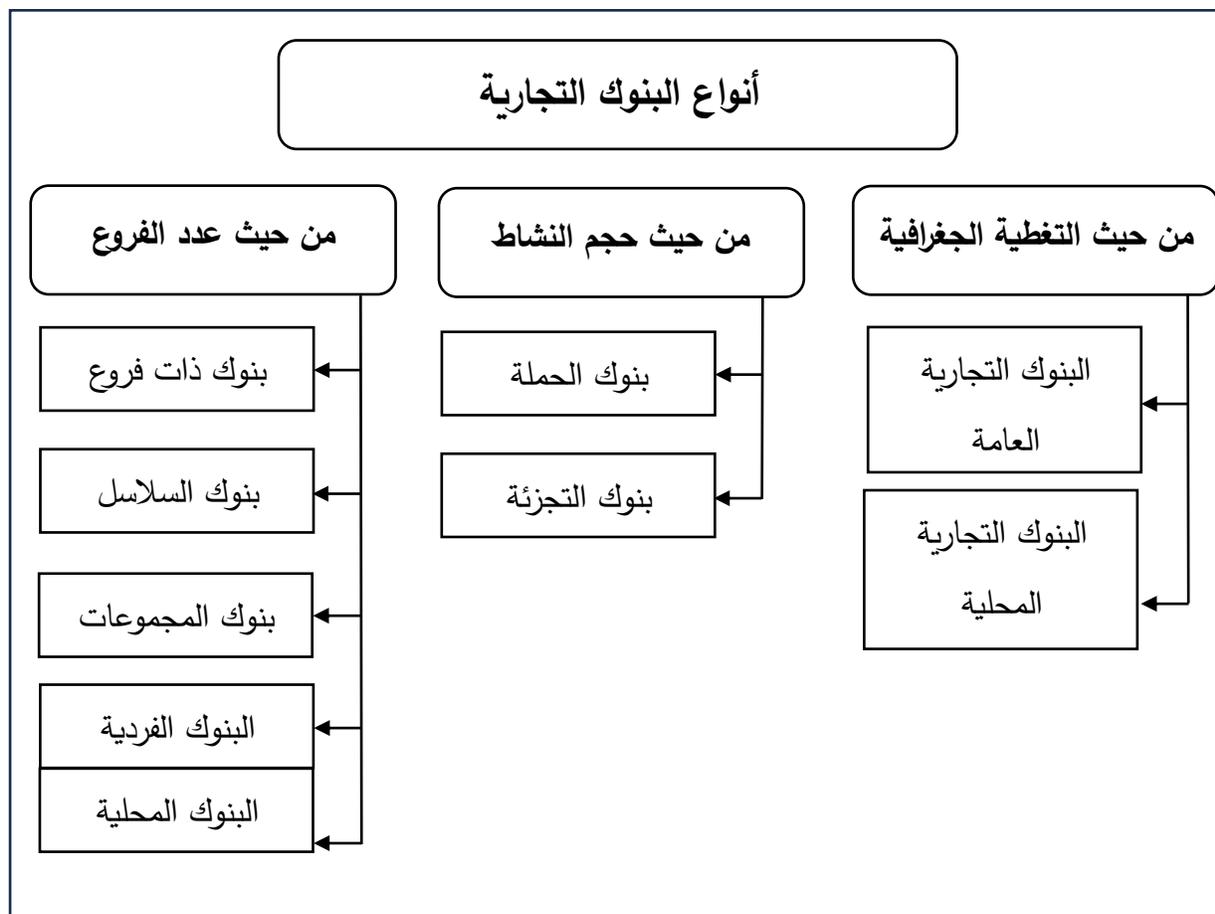
**ج- من حيث عدد الفروع:**

- 1- **البنوك ذات الفروع:** وهي بنوك تتخذ في الغالب شكل الشركات المساهمة كشكلاً قانونياً، لها فروع متعددة تغطي أغلب أنحاء الدولة ولا سيما الأماكن الهامة، وتتبع اللامركزية في تسيير أمورها حيث يترك للفرع تدبير شؤونه، فلا يرجع للمركز الرئيسي للبنك إلا فيما يتعلق بالأمور الهامة التي ينص عليها في لائحة البنك، وبطبيعة الأمور فإن المركز الرئيسي يضع السياسة العامة التي تهتدي الفروع. ويتميز هذا النوع من البنوك بأنه يعمل على النطاق الأهلي، ويخضع للقوانين العامة للدولة وليس لقوانين المحافظات التي يقع الفرع في نطاقها الجغرافي. ويميل هذا البنك إلى التعامل في القروض قصيرة الأجل (سنة فأقل) وذلك لتحويل رأس المال العامل لضمان سرعة استرداد القرض. وإن كانت تتعامل أيضاً في القروض متوسطة الأجل وكذلك طويلة الأجل ولكن بدرجة محدودة.
- 2- **بنوك السلاسل:** وهي عبارة عن سلسلة من البنوك نشأت نتيجة لنمو حجم البنوك التجارية، وزيادة حجم نشاطها واتساع نطاق أعمالها وتتكون السلسلة من عدة فروع منفصلة عن بعضها إدارياً، ولكن يشرف عليها مركز رئيسي واحد يقوم برسم السياسات العامة التي تلتزم مختلف وحدات السياسة بها، كذلك فهو ينسق بين الوحدات وبعضها، ولا يوجد هذا النوع من البنوك التجارية إلا في الو.م.أ.
- 3- **بنوك المجموعات:** وهي تأخذ شكل شركة قابضة تدير مجموعة من الشركات التابعة التي تعمل في النشاط المصرفي، حيث تقوم الشركة القابضة بالإشراف على الشركات التابعة وتضع لها السياسات العامة بينما تترك لها تنفيذ هذه السياسات بشكل لامركزي. وتأخذ هذه البنوك طابعاً احتكارياً، ولقد لم انتشرت هذه البنوك في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.<sup>1</sup>
- 4- **البنوك الفردية:** تقوم هذه البنوك على ما يتمتع به أصحابها من ثقة، وبطبيعة الحال فإنها كمنشأة فردية تكون محدودة رأس المال، ولذلك فهي سوف تتعامل في المجالات -قصيرة الأجل- ثم توظيف الأموال في الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصوصة، وغير ذلك من الأصول عالية السيولة والتي يمكن تحويلها إلى نقود بسرعة وبدون خسائر.

<sup>1</sup> - محمد فتحي البديوي، إدارة البنوك، مرجع سبق ذكره، ص 37.

ومن أمثلتها مؤسسة الراجحي المصرفية بالمملكة العربية السعودية، فهي عبارة عن بنك فردي.  
5- **البنوك المحلية:** وهي بنوك تغطي منطقة جغرافية محددة لمدينة أو محافظة أو ولاية وتخضع هذه البنوك للقوانين الخاصة بالمنطقة التي تعمل بها، كذلك فهي تتفاعل مع البيئة التي توجد بها وتعمل على تقديم الخدمات المصرفية التي تناسبها.<sup>1</sup>

الشكل (02): أنواع البنوك التجارية



المصدر: بالاعتماد على المرجع: محمد فتحي البديوي، إدارة البنوك، ط1، المكتبة الأكاديمية، الجيزة، 2012.

<sup>1</sup> - محمد فتحي البديوي، إدارة البنوك، مرجع سبق ذكره، ص38.

## المبحث الثالث: موارد، استخدامات، و وظائف البنوك التجارية

المطلب الأول: وظائف البنوك التجارية

مع التقدم الاقتصادي الهائل الذي يشهده العالم، فإن البنوك التجارية أصبحت تقوم بالعديد من الوظائف على نطاق أوسع مما كانت تقوم به من قبل وأصبحت تتحمل مسؤوليات كبيرة في المجال الاقتصادي للدولة، يهمننا كدارسين لعلم النقود والبنوك أن نستعرض أهم وظائف هذه البنوك.

**أولاً: قبول الودائع:** إن الودائع قوام حياة البنوك التجارية والتي تكون المصدر الرئيسي لأموالها، حيث تقوم هذه البنوك بقبول الودائع من عامة الأفراد و من الشركات ومن المؤسسات من خلال فتح حسابات الودائع لعملائها وتحويل النقود الحاضرة إلى ودائع. والودائع في نفس الوقت من خلق الجهاز المصرفي، فهي مصادر للأموال بالنسبة لبنك بمفرده وهي نتاج النشاط بالنسبة لمجموعة البنوك متضافرة. والودائع في أبهر صور الائتمان، فما هي إلا تعهد مصرفي بالدفع وهي على أنواع شتى، فهناك الودائع بالعملة المحلية والودائع بعملات أجنبية.<sup>1</sup>

**ثانياً: خلق النقود:** فإن هذه الوظيفة تنفرد بها البنوك التجارية عن غيرها من مؤسسات الوساطة المالية الأخرى، حيث أن هذه البنوك في سعيها للإقراض تقدم القروض من ودائع غير موجودة بالفعل تقوم البنوك بخلقها بنفسها، وبمعنى آخر استطاعت البنوك أن تزيد مواردها لمقابلة الزيادة في القروض التي تقوم بمنحها ويطلق على تلك الوظيفة خلق النقود أو خلق الودائع أو خلق نقود الودائع باعتبار أن البنوك التجارية أضافت نقوداً إلى وسائل الدفع القائمة.<sup>2</sup>

**ثالثاً: تقديم القروض والتسهيلات Advances Loans:** حيث تميل البنوك التجارية عادة إلى الابتعاد عن القروض طويلة الأجل وتكتفي بالقروض قصيرة الأجل التي لا يتجاوز أجلها عاماً واحداً أو يزيد قليلاً، كما تميل البنوك التجارية إلى الابتعاد عن تمويل المشروعات طويلة الأجل كالقروض العقارية أو الإنشاءات الصناعية، والاكتفاء بتمويل دورة رأس المال العامل في مجال الصناعة.

والقروض والتسهيلات التي تمنحها البنوك التجارية هي المجال الرئيسي لعمل البنك التجاري، والذي يذر عليه النصيب الأكبر من العوائد وهذه السلف إما أن تكون بضمان عيني أو بضمان أوراق مالية أو تجارية أو

<sup>1</sup> - ميراندا زغلول رزق، النقود والبنوك، جامعة بنها التعليم المفتوح -كلية التجارة، مصر، 2009، ص141.

<sup>2</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص239.

بالضمان الشخصي، ولا شك أن النوع الثاني (أوراق مالية أو تجارية) هو أكثر أنواع الضمانات ملائمة للبنوك التجارية لسهولة الاحتفاظ به دون مشقة أو تكلفة في الحفظ.<sup>1</sup>

**رابعاً: خصم الأوراق التجارية (الكمبيالات والسندات الأذنية):** والتي لا يزيد أجلها عادة عن ستة شهور، ولا شك أن هذا الخصم يتم في إطار من التسهيلات الائتمانية الممنوحة لعملاء البنك وفي إطار ما يعرف بدورة تحول الأصول (Assets conversion cycle) لمنشآت العملاء تحول باعتبار الأوراق التجارية هي إحدى الأصول الناتجة من تحول أصل آخر هو البضائع المباعة والناتجة عن أصل آخر هو النقدية.

**خامساً: بيع وشراء الأوراق المالية (الأسهم والسندات):** لحسابها باعتبار هذه الأوراق أحد الأصول المدرة للأرباح، وأيضاً لحساب عملائها، وتتعدد الخدمات التي يقدمها البنك في مجال أسواق المال مثل:

- \* المساهمة في الشركات التي يؤسسها البنك عند الأخذ في الاعتبار مفهوم البنك الشامل.
- \* الترويج لأسهم الشركات التي يؤسسها البنك عند الأخذ في الاعتبار مفهوم البنك الشامل.
- \* إعداد الدراسات وتقديم الاستشارات اللازمة للخصخصة والتقسيم.
- \* القيام بمهام صانع السوق المالية.
- \* توفير الائتمان اللازم للمستثمرين الراغبين في حيازة الأوراق المالية.
- \* المساهمة في إنشاء صناديق الاستثمار وشركات السمسرة وإدارة المحافظ.
- \* القيام بعمليات التمويل التأجيري أو إنشاء شركات لها.
- \* إصدار الأوراق المالية في شكل أسهم وسندات نيابة عن عملائه وتسويقها في سوق رأس المال وتقديم ضمانات عليها في حالة طلب ذلك وبالطبع فإن ذلك يتم بعد إجراء الدراسات اللازمة في هذا الصدد.<sup>2</sup>

**سادساً: تمويل التجارة الخارجية:** وما يتطلبه ذلك من فتح اعتمادات مستندية Documentary credits

استيراد أو تلقيه اعتمادات مستندية تصدير مفتوحة عليه، وهكذا فالأمر يستلزم من البنك تقديم عدة خدمات وثيقة الصلة بتمويل التجارة الخارجية مثل:

- \* تحضير وفتح الاعتمادات المستندية واستيراد ومراجعة اعتمادات التصدير.
- \* تدبير العملة وتحويلها على قوة اعتماد الاستيراد بشتى طرق التحويل الحديثة سواء من خلال الفاكس أو السوفيت وخلافه.

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص 239.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 239.

\* العمل على تثبيت أسعار الصرف للعملات موضوع الاعتماد لتجنب مخاطر تقلبات سعر الصرف وذلك من خلال عقود الصرف الآجلة Forward exchange Contract وهي عبارة عن اتفاق بين البنك المحلي وآخر خارجي على السداد المؤجل بسعر تم تحديده من الآن وهي ما تعرف بعمليات الشراء الآجل Forward delivery.

سابعاً: الخدمات الأخرى التي تقدمها البنوك التجارية: و نوجزها في الآتي:

#### 7-1- خدمات أمناء الاستثمار:

- ◆ سداد الالتزامات الدورية للعملاء مثل تحصيل و دفع الفواتير والأرباح والاشتراكات والإيجارات والأقساط المختلفة.
- ◆ إقامة المعارض السلعية داخلية وخارجية.
- ◆ ممارسة عمليات بيع وشراء العقارات.
- ◆ القيام بوظيفة الوكيل الممثل للعميل قبل الجوازات وشركات التأمين والمكاتب العقارية.

#### 7-2- خدمات النفع العام:

- ◆ تأجير خزائن الأمانات.
- ◆ تحصيل الشيكات والكمبيالات للعملاء وسداد ديونهم إذا كان ذلك مطلوباً.
- ◆ تبويب ونشر الإحصاءات المتعلقة بالنشاط الاقتصادي وإصدار النشرات العلمية والبحوث.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: موارد البنوك التجارية (جانب الخصوم):

يمكن تقسيم موارد البنك التجاري إلى ثلاثة مجموعات أساسية:

#### 1- تضم الموارد الذاتية للبنك التجاري: وتتكون من:

- أ- رأس المال: هو ما يدفعه المساهمون من أموال، و يعد المورد الأول ويعكس مدى متانة المركز الذي يتمتع به البنك التجاري في الأواسط المصرفية ومدى الثقة الممنوحة له، ويلزم القانون في كل دول العالم البنوك بألا يقل رأسمالها عن حد معين يسمح للبنك بأن يكون موضع ثقة بالنسبة للمتعاملين معه وضمن حقوقهم، كما يعطيه حرية الحركة في الاستثمار في مجالات طويلة الأجل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص240-241.

<sup>2</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص252.

ب- **الاحتياطات:** وهي عبارة عن مبالغ محقق تم استقطاعها من الأرباح التي تراكمت لدى البنك التجاري خلال سنوات عمله وهي نوعين:<sup>1</sup>

← **احتياطي قانوني:** حيث يلزم البنك قانونيا بتكوينه، أي يجب على إدارة البنك أن تحتفظ بجزء من الأرباح كاحتياطي، وذلك لدعم مركزه المالي وبناء سمعة طيبة للبنك، إذ يشير تراكم الأرباح إلى نجاح البنك في عمله.

← **احتياطي خاص:** حيث يحتفظ به البنك اختياريًا ويعتمد مقدار هذا الاحتياطي على تقدير إدارة البنك إلى الحاجة إليه في المستقبل، ويحتفظ المثل هذا الاحتياطي لتغطية النفقات المتوقعة في المستقبل.

2- **وتضم الموارد غير الذاتية للبنك التجاري:** وتتكون من:

الودائع بأنواعها حيث تعد الودائع المصدر الرئيسي لمكونات موارد البنك التجاري، والودائع ديون مستحقة لأصحابها في ذمة البنوك التجارية.<sup>2</sup>

وهناك عدة تقسيمات للودائع، وسوف نأخذ في عرضنا هذا التقسيم التالي:

- أ- **الودائع القابلة للتداول بال شيكات (الشيكية) checkable Deposits:** أي التي يمكن السحب منها بشيكات يصدرها مالكها سحباً على البنك ولأمر طرف ثالث، وتشتمل هذه الودائع الشيكية على الحسابات التي يتم السحب منها بشيكات سواء كانت لا تمنح فائدة أو تمنح فائدة على النحو التالي:
  - **ودائع تحت الطلب Demand Deposits:** وتسمى أيضاً الودائع الجارية أو الحسابات الجارية current accounts، وهذا النوع من الودائع يمكن سحبها بشيك عند الطلب دون أي إخطار مسبق للبنك بذلك.
  - **أوامر السحب القابلة للتحويل:** وهي حسابات ذات فوائد تسمح لأصحابها بالسحب أو التحويل من خلال أوامر السحب القابلة للتحويل لطرف آخر، وتشبه الشيكات القابلة للدفع إلى طرف ثالث.
  - **أوامر السحب المتميزة القابلة للتحويل:** وهي مثل الحساب السابق، فضلاً عن تمتعها بحرية السحب بواسطة الشيكات دون أية حدود.

- **الودائع غير القابلة للتداول Nontransaction Deposits:** وهي الودائع التي لا تسحب بالشيكات وتمثل النسبة الأكبر لموارد البنك التجاري وتنقسم إلى:

\* **الودائع لأجل:** وتسمى أيضاً الودائع الثابتة بإعتبارها ثابتة أو محددة الأجل، ويقصد بها الودائع التي يلتزم البنك بدفعها في وقت لاحق على إيداعها ويتم كإتفاق بين المودع والبنك على مدة هذه الوديعة حسب ما يعرض البنك من مدد.

<sup>1</sup> - ضياء مجيد، الاقتصاد النقدي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000، ص276.

<sup>2</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص252.

3- وتضم حسابات البنوك قبل البنوك المحليين والمراسلين الأجانب، وأيضاً القروض من البنك المركزي والبنوك الأخرى: وتتكون من:

أ- حسابات البنوك والمراسلين: ويتضمن هذا البند التزامات البنك قبل البنوك المحلية الأخرى، وقبل مراسليه في الخارج، وهو جزء من الأصول السائلة التي يمتلكها البنك التجاري.

ب- القروض من البنك المركزي والبنوك الأخرى: وتلجأ البنوك التجارية إلى الاقتراض من بعضها البعض أو من البنك المركزي إما لعلاج بعض المشكلات التي تعترض سيولة أصولها و إما للتوسع في خلق الائتمان طالما وجدت طلباً مقبولاً لذلك.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: استخدامات البنوك التجارية:

تشير الاستخدامات إلى كيفية الاستفادة من موجودات البنك التجاري، أو بمعنى آخر تمثل استثماراته. فههدف تحقيق الربحية بالنسبة للبنك التجاري يفرض عليه عدم ترك موارده النقدية عاطلة لا تدر عائداً، بل يتعين عليه توظيفها في مختلف الاستخدامات الممكنة، وبناء على ذلك فإن هذه الاستخدامات تعطي لنا فكرة واضحة عن الأوجه المختلفة لنشاط البنك التجاري، فيمكن تقسيم استخدامات البنوك التجارية حسب درجة سيولتها لثلاث مجموعات رئيسية كما يلي:

#### أ- مجموعة الأصول تامة السيولة و عديمة الربحية:

الأصول النقدية التي يمكن وصفها بأنها مجموعة الأصول ذات السيولة التامة يمكن تسميته بخط الدفاع الأول لمواجهة طلبات السحب الجارية لعملائه.<sup>2</sup>

حيث تتمثل في نقدية خزينة البنك سواء نقد قانوني، نقود مساعدة و عملات أجنبية بالإضافة إلى رصيد البنك التجاري لدى البنك المركزي، وتتميز هذه الأصول بأنها كاملة السيولة ولكنها عديمة الربحية حيث لا تدر أي عائد.<sup>3</sup>

وبطبيعة الحال لا يجوز سحب الودائع لأجل إلا عند حلول موعد استحقاقها وفي المقابل لذلك فإن العميل يتقاضى الفائدة المناسبة لمدة الإيداع.

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص 257.

<sup>2</sup> - علي عبد الوهاب نجا آخرون، النقود و السياسة النقدية و الأسواق المالية، دار التعليم الجامعي، 2018، ص 167.

<sup>3</sup> - أنس بكري، وليد صافي، النقود والبنوك بين النظرية والتطبيق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص 119.

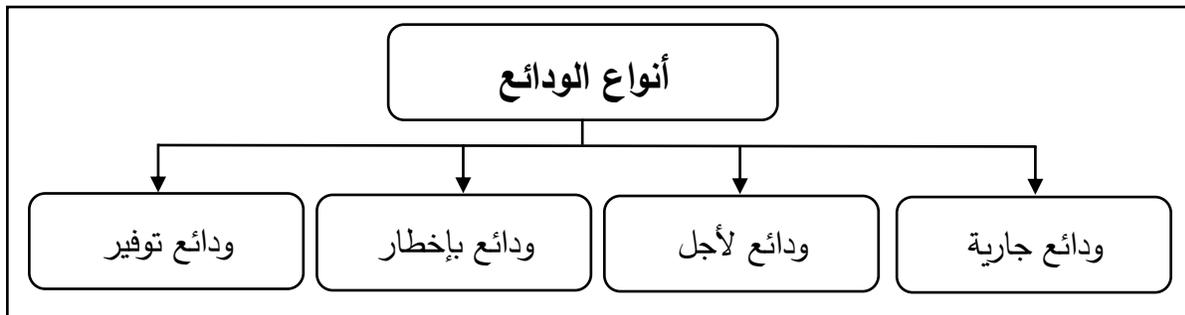
وفي حالة رغبة العميل في سحب وديعته قبل تاريخ استحقاقها، في هذه الحالة يكون من حق البنك عدم الاستجابة لعميله، إلا أنه يمكن للبنك أن يضع أمام عميله أحد حلين هما: صرف الوديعة دون جني أية فوائد عن المدة التي ظلت فيها لدى البنك أو يقترض بضمانيها من البنك وبسعر فائدة أعلى قليلاً مما تغله الوديعة.<sup>1</sup>

\* **حسابات (ودائع) بإخطار سابق:** وهي تلك التي يخضع السحب فيها لإخطار سابق وتحدد فترة الإخطار عند فتح الحساب، وبالطبع لا يجوز للمودع القيام بالسحب منها إلا بتقديم الإخطار بذلك في الموعد المتفق عليه سلفاً، ويدفع البنك في هذا الحساب فوائد أقل نسبياً مما يدفعها على الودائع لأجل.

\* **الودائع الادخارية (التوفير):** وتتمثل هذه الودائع في الأموال المودعة لدى البنوك التجارية لأجل طويلاً بهدف الادخار، ويحصل أصحابها على دفتر تقيد و تثبت فيه دفعات الإيداع والسحب، كما تثبت فيه الفوائد المستحقة على المبالغ القائمة بالدفتر سواء سنوياً أو على فترات دورية، والفائدة على هذه الودائع منخفضة نسبياً إذا ما قورنت الودائع لأجل.

وهناك نوع آخر من هذه الودائع وتسمى الودائع المجمدة التي تنشأ كنتيجة لإصدار خطابات الضمان أو فتح الاعتمادات المستندية. ولا تمنح البنوك على هذه الحسابات المجمدة أية فوائد.

### الشكل (03): أنواع الودائع



المصدر: بالاعتماد على المرجع: محب خلة توفيق، الهندسة المالية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2015م.

### ب- مجموعة الأصول عالية السيولة والمدرة للعائد:

تشتمل على القسم الأكبر من موارده، وتشكل من مجموعات فرعية كما يلي:<sup>2</sup>

\* **مجموعة الأصول شبه النقدية أو شديدة السيولة:** تشمل العديد من القروض منها قروض قابلة للاسترداد أو وديعة لدى بنك آخر بهدف تغطية متطلبات تمويل مؤقت، ويشمل حسابات التشغيل

<sup>1</sup> - محب خلة توفيق، الهندسة المالية، مرجع سبق ذكره، ص 256-257.

<sup>2</sup> - أنس بكري، وليد صافي، النقود والبنوك بين النظرية والتطبيق، ص 120-121.

- والمعاملات مع المراسلين يدخل ضمنها أيضا ما يسمى القروض القابلة للاستدعاء، مثل هذا النوع من القروض أهم عناصر ما يسمى (بخط الدفاع الثاني)، في مواجهة متطلبات السيولة في البنوك التجارية.
- \* **مجموعة الأوراق المالية الحكومية:** تتمثل في أدونات الخزينة والسندات الحكومية، تتمتع بدرجة عالية من السيولة، وترتفع سيولة الأوراق المالية الحكومية المتوسطة وطويلة الأجل لإمكانية الاقتراض بضمانها من البنك المركزي.
- \* **الكمبيالات المخصومة:** تتمثل في الأوراق التجارية التي تقبل البنوك بضمها للعملاء وتكون لفترة زمنية قصيرة ما بين سحب الكمبيالة واستحقاقها، خصم الكمبيالة بالنسبة للبنك يعني شراء قيمتها التي لم تستحق الدفع بعد أجل معين لا يزيد عن سنة مقابل نقد حافز يدفعه البنك لبائع الورقة.
- \* **القروض والسلف:** وهو ائتمان قصير الأجل تمنحه البنوك التجارية لتحويل النشاط القطاعي للأعمال والتجارة أي تغطية احتياجات الأفراد والمنشآت فيها رأس المال العامل.

**ج- مجموعة الأصول الثابتة:**

هذه الأصول وإن كانت عميقة في حد ذاتها تعتبر ضرورية لقيام البنك بوظائفه وتتمثل في المباني التي يمارس فيها البنك نشاطه والأدوات والمعدات التي يستخدمها، بالإضافة إلى بعض الأصول الأخرى التي لها صلة وثيقة بعمليات الإقراض مثل مخازن البنك التي يحتفظ بها أنواع الضمانات العينية التي تكون بحوزته.<sup>1</sup>

**جدول رقم (01): موارد واستخدامات البنوك التجارية.**

الأصول (الاستخدامات)	الخصوم (الموارد)
1- <b>أرصدة نقدية حاضرة:</b>	1- <b>رأس المال المدفوع:</b>
✓ نقود في الخزائن (فروع البنك).	✓ الاحتياطيات:
✓ أرصدة طرف البنوك والمراسلين (خارجية محلية).	← احتياطي قانوني.
2- <b>حوالات مخصومة:</b>	← احتياطي خاص.
✓ أدونات خزانة.	2- <b>الودائع:</b>
✓ أوراق تجارية.	✓ تحت الطلب.
3- <b>محفظة الأوراق المالية:</b>	✓ الآجلة.
✓ سندات حكومية.	3- <b>الإقراض والالتزامات لدى البنوك:</b>
✓ سندات أعمال.	✓ التزامات قبل البنك المركزي.

<sup>1</sup> - مخردة عبد الواحد، محاضرات في الاقتصاد البنكي، مطبوعة بيداغوجية لطلبة السنة الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017، ص 09.

<p>✓ التزامات قبل البنوك الخارجية والمراسلين.</p> <p>✓ التزامات قبل البنوك المحلية.</p> <p>4- <u>خصوم أخرى</u>.</p>	<p>✓ أسهم وأوراق مالية أخرى.</p> <p>4- <u>قروض وسلفيات</u>:</p> <p>✓ مقابل ضمانات متنوعة.</p> <p>✓ بدون ضمان</p> <p>5- <u>أصول أخرى</u>.</p>
---	--

من الجدول نستنتج أن نشاط البنوك التجارية يكاد شكلا واحدا وإن تباينت الظروف الاقتصادية والعادات

والتقاليد لبعض الدول.

### خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل نستخلص أن البنوك التجارية تعتبر مؤسسات إئتمانية تسعى إلى تحقيق الربحية من خلال الأموال التي يقدمها لها مختلف الأعوان الإقتصاديين في البلاد ويعتمد البنك التجاري على مصادر تغذية لمباشرة نشاطه سواء تعلق بموارده الذاتية أو الأموال الخاصة من رأس المال المدفوع واحتياطات وموارد خارجية تتمثل في موارد الزبائن وموارد إعادة التمويل ، وإعادة الخصم ومن جهة أخرى فإنه على البنك التجاري أن يعمل جاهدا من أجل توظيف هذه الموارد توظيفا رشيدا من خلال استخداماته المختلفة والتي تأخذ شكل قروض مصرفية أو اكتتاب في سندات الخزينة العامة أو شراء عملات أجنبية ، وفي كل مرة يجب على البنك التجاري أن يأخذ بعين الاعتبار الإحتياطات اللازمة لضمان إسترداد أمواله وعدم ضياعها محافظة منه على سلامة مركزه المالي.



# الفصل الثاني: التنمية السياحية

## تمهيد:

يعد القطاع السياحي من أهم القطاعات التي تسعى إلى تحقيق التنمية، فهو قطاع محوري يعمل على تنشيط قطاعات أخرى عديدة بدءا بقطاع النقل والأشغال العمومية ووصولاً إلى تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإحياء الحركة التجارية، فهو بعد أحد الركائز الاقتصادية لمساهمته البارزة في الدخل الوطني؛ ومع التزايد الكبير في حجم السياح والضغط الهائل الذي تعرفه المناطق السياحية في أوقات الذروة أصبحت هناك ضرورة لعادة التفكير في انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية، وتفعيل التنمية بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية والثقافية، جنبا إلى جنب مع نمو القطاع السياحي وتوسيعه.

وتعد التنمية السياحية من المفاهيم التي شهدت انتشارا وتداولاً كبيراً في العصر الحديث، لارتباطها خاصة بتلبية حاجات السياح مع الأخذ بعين الاعتبار أثر هذه السياحة على المجتمع المحلي حاضره ومستقبله.

تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية وهي:

- المبحث الأول بعنوان: مدخل إلى التنمية السياحية؛
- المبحث الثاني بعنوان: أساسيات التنمية السياحية؛
- المبحث الثالث تحت عنوان: واقع وأفاق التنمية السياحية في الجزائر.

## المبحث الأول: مدخل إلى التنمية السياحية

قسمنا هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، المطلب الأول يستعرض تعريف السياحة والتنمية السياحية، المطلب الثاني يتطرق إلى دور السياحة في تحقيق التنمية وأهداف التنمية السياحية، والمطلب الثالث متطلبات تحقيق التنمية السياحية

### المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية وخصائصها

تعددت تعاريف للتنمية السياحية نذكر منها:

هي ذلك التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية والبيئية، وتوفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح<sup>1</sup>.

هي مدى اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين، فهي تعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي<sup>2</sup>.

هي نقطة التقاء احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يساهم في دعم التطور المستقبلي، حيث يتم إدارة مختلف الموارد بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية، الاجتماعية والروحية، لكن في نفس الوقت تحافظ على الواقع الحضري والنمط البيئي والتنوع الحيوي<sup>3</sup>.

وعليه تمثل التنمية السياحية مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي تعبر عن تنمية المنتج السياحي، في مختلف جوانبه، انطلاقاً من تعظيم قدرات الدولة لجذب أكبر قدر من السياح اعتماداً على إستراتيجيات متعددة.

وتقوم التنمية السياحية على العناصر التالية<sup>4</sup>:

<sup>1</sup>- محي محمد مسعي، الاتجاهات الحديثة في السياحة، الإسكندرية. المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص38.

<sup>2</sup>- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، ص51.

<sup>3</sup>- هاجر سعدي، لامية لعلام، دور التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر. مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 01، 2016، ص86.

<sup>4</sup>- أمينة بن جدو، كرم سمية، التسويق السياحي كآلية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة. الملتقى الوطني: النهوض بقطاع الخدمات رهان إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميله، الجزائر، 2019/12/17.

- تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية؛
- تحديث منظومة التشريعات السياحية؛
- تطوير المنتج السياحي وتهيئة المناطق السياحية لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة للنشاط السياحي؛
- تأهيل الموارد البشرية في المجال السياحي؛
- تطوير البرامج الترويجية ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلباتها بما يكفل زيادة عدد السياح؛
- تخصيص موارد مالية مهمة للقطاع السياحي.

هذا وتتمثل أهم خصائص التنمية السياحية المستدامة في أنها سياحة تتحقق فيها العدالة الاجتماعية بإشراك أفراد الجماهير في صنعها ومعرفة متطلباتهم، ما يعني أنها تستعين بالأفراد المحليين في التخطيط ووضع القرار، كما تعمل ضمن حدود الموارد من خلال التقليل من التأثيرات السلبية في استخدام الطاقة، معالجة النفايات وإعادة استخدامها، تقدم فرص الاستجمام والمعرفة والثقافة للأجيال الحالية والقادمة، مع أنها توفر للسائح ما ينشده، إلا أنها تحمي المجتمع المضيف والبيئة؛ وتتماشى مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى ضمن إطار الاقتصاد الوطني فتتكامل مع الخطط المحلية، الإقليمية و العالمية.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: دور السياحة في تحقيق التنمية وأهداف التنمية السياحية

يحتل النشاط السياحي مكانة هامة في الاقتصاد العالمي، فهي تشغل يدا عاملة تساوي عدد العاملين في صناعات الالكترونيات، الكهرباء، الحديد والصلب، النسيج والسيارات مجتمعة. وعليه فمن الطبيعي أن يدر القطاع السياحي مداخيل كبيرة للدول، وأصبح يعتبر نشاطا أساسيا يؤثر مباشرة على باقي القطاعات الاجتماعية، الثقافية، وحتى السياسية حيث تشير الدراسات إلى أن كل شخصا واحدا يعمل مباشرة في قطاع السياحي يشغل أكثر من 5 أشخاص آخرين بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى، فيما يلي نتطرق إلى دور السياحة في تحقيق التنمية يليه أهداف التنمية السياحية.

#### أولا: دور السياحة في التنمية

إن استقرار تجارب الدول حول العالم يشير أن السياحة من أهم القطاعات التي تسعى إلى تحقيق التنمية المستدامة نظرا لمساهمة الفعالة في الدخل الوطني وهو ما أدى إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة كعنصر أساسي في تنمية اقتصاديات هذه الدول، حيث يعمل على توفير مناصب الشغل، وجلب العوائد

<sup>1</sup> - صباح شنايت، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر. المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد 1، الجزائر، 2013، ص 22.

المالية سواء كانت بالعملة المحلية أو بالعملة الصعبة وقد وجدت الكثير من الدول في صناعة السياحة بديلا إستراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها، ويمكن تلخيص هذا الأثر في النقاط التالية:

أ. **تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:** تساهم السياحة في جذب جزء مهم من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة للدول، من خلال التدفقات النقدية الأجنبية المحصلة سواء من مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة أو الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول<sup>1</sup>.

ب. **نقل التقنيات الحديثة:** تعمل الدول التي تسعى لزيادة مواردها السياحية إلى تكثيف استخدام التكنولوجيا الحديثة في جميع مرافقها وخدماتها السياحية.

ت. **تشغيل اليد العاملة:** تعتبر السياحة من أكثر القطاعات الاقتصادية توفيرا لفرص العمل، حيث تشغل ما يفوق 11% من إجمالي القوى العاملة في العالم، نظرا لتشعبها وتكاملها مع عدة صناعات أفقيا وعموديا.

ث. **المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي:** في حالة قيام الدولة باستثمار المواقع السياحية في مناطق مختلفة من الوطن فإن هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير عدة أقاليم بصورة متوازنة، ويؤدي لخلق فرص عمل جديدة، واستغلال الموارد الطبيعية المتوفرة بها، تنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة وإعادة توزيع الدخل بين أفراد المجتمع<sup>2</sup>.

ج. **تحسين ميزان المدفوعات:** السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في البلد، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وزيادة موارد النقد الأجنبي وخلق علاقات وشراكات اقتصادية عديدة<sup>3</sup>.

### ثانيا: أهداف التنمية السياحية

وتتمثل الأهداف الرئيسية للتنمية السياحية في:

- العمل على خلق خدمات جديدة وإرساء بنى تحتية حديثة يستفيد منها السكان المحليون والسياح على حد سواء؛

<sup>1</sup> - نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. الأردن، دار المسيرة، الطبعة 02، 2007، ص146.

<sup>2</sup> - عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي. جامعة الاسكندرية، د س ن، مصر، ص11.

<sup>3</sup> - ياسية سليمة، لحواسنية ياسمين، نحو إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر. مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد12، الجزائر، ص196.

- حماية الثقافة المحلية وخصائصها البيئية والثقافية والاجتماعية (العادات، التراث، الظواهر الاجتماعية والاقتصادية)؛
- تكوين كفاءات متميزة في السياحة والفندقة إلى جانب تثقيف السكان المحليين حتى يكونوا عناصر جذب للسياح<sup>1</sup>؛
- ترشيد استخدام الموارد السياحية والمحافظة على قاعدة الموارد الحالية من أجل الحاضر والمستقبل؛
- حماية البيئة من التلوث والتدهور البيئي الطبيعي (الأرض، الماء، التنوع النباتي ...)
- المحافظة على التنوع البيولوجي وتجنب التغيرات البيئية؛
- خلق فرص عمل دائمة وأخرى موسمية مؤقتة لمراقبة وتدعيم التطور السياحي واستحداث تكوينات متخصصة؛
- الحفاظ على الإرث الثقافي والتاريخي للمناطق السياحية وترقيته<sup>2</sup>.

### المطلب الثالث: متطلبات تحقيق التنمية السياحية

من أجل تحقيق تنمية سياحية لآبد من توفر مجموعة من الإجراءات والعمل على ترسيخ جملة من المقومات أهمها:

- توافر مراكز دخول في مواقع المحميات لتنظيم حركة السياح وتجنب الازدحام؛
- ضرورة توفر مراكز إرشاد لتقديم معلومات شاملة بخصوص الأماكن، وتواجد مرشدين مؤهلين لتعريف السياح بطريقة التعامل مع المواقع المختلفة ومعطياتها الطبيعية وحمايتها؛
- وجوب توفر قوانين للسيطرة على أعداد الزوار خاصة في مناطق المحميات وضمان تأمينهم دون الإضرار بالبيئية، ما يعني السلاسة في العملية السياحية وتجنب الاكتظاظ المضر؛
- العمل على وضع إدارة سليمة وعقلانية للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة، حفاظا على حقوق الأجيال القادمة؛
- توعية السكان المحليين بأهمية المحميات وإلزامية الحفاظ عليها، وتأهيلهم ولم لا تدريبهم للمشاركة في العملية السياحية كمقدمي خدمات تارة ومرشدين سياحيين تارة أخرى ومضيفين للزوار دائما؛

<sup>1</sup> - سليمة قواسمية، سبل تحقيق التنمية السياحية المستدامة - الجزائر كمثال - . مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار، عنابة، المجلد 03، العدد 02، 2021، ص 40-41.

<sup>2</sup> - خديجة عزوزي، التنمية السياحية الميتمدة بين الإمكانيات والآفاق - دراسة حالة ولاية قلمة - . أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2015، ص 82.

- توفير مشاريع مدرة للدخل للسكان المحليين كالصناعات الحرفية التقليدية، تشجيع الزراعة العضوية وغيرها؛
- مشاركة جميع الجهود لنجاح السياحة البيئية بمناطق المحميات من خلال تعاون كل القطاعات التي لها علاقة بالسياحة ابتداء من السكان المحليين إلى المؤسسات الحكومية وغير الحكومية مرورا بالقطاع الخاص الذي له دور بارز في القطاع السياحي<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>- إسلام كمال البستاوي، يحي شحاتة حسن، التنمية السياحية المستدامة في المحميات الطبيعية المصرية: دراسة في ضوء الميثاق الأوروبي للسياحة المستدامة. مجلة العلوم البيئية، 2016، ص9.

## المبحث الثاني: أساسيات التنمية السياحية

السياحة نشاط ذو أهمية خاصة من ناحية دعم الاقتصاد، لذلك كان أولى على الدولة المستوفية لمتطلبات السياحة العمل على الوصول إلى تنمية سياحية دائمة، وللوصول إلى هذه الغاية يجب إرساء دعائم أساسية تقوم عليها التنمية السياحية بما يضمن أحسن استغلال لموارد الدولة والحفاظ عليها وتنميتها.

### المطلب الأول: مبادئ وإستراتيجيات التنمية السياحية

#### أولاً: مبادئ التنمية السياحية وشروطها

للتنمية السياحية مبادئ أساسية لا غنى عنها، وتتمثل أهم هذه المبادئ في:

- خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي خلق فرص عمل إضافية؛
- تنوع الاقتصاد وزيادة الدخل القومي؛
- تطوير البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة للسياح والارتقاء بالمستوى المعيشي؛
- إشراك السكان المحليين في اتخاذ قرارات التنمية السياحية، والارتقاء بخدمات الترفيه وإتاحتها للسياح والمحليين على حد سواء<sup>1</sup>؛
- حماية البيئة والاهتمام بالموارد الطبيعية والثقافية للمجتمعات والارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية، وإيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة، وتحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة فيما يخص حق الاستفادة من الموارد الاقتصادية<sup>2</sup>؛

يمر طريق تحقيق التنمية السياحية بجملة من الشروط نذكرها فيما يلي<sup>3</sup>:

**الهيكل السياحية:** تعتبر من الأولويات التي لا غنى عنها لترقية السياحة وتطويرها وجعل الاستفادة من عائداتها ممكنة، ونميز فيها نوعين إثنين: **النوع الأول:** يتمثل في سلسلة الفنادق السياحية الضخمة والمنتجعات السياحية بما تحتويه من وسائل نقل وتجهيزات ومرافق رياضية وترفيهية، وعادة تتواجد في المدن الحضرية ذات

<sup>1</sup> - سليمة قواسمية، مرجع سابق، ص 42.

<sup>2</sup> - زين الدين صلاح، دراسة لفرص تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر. المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر، 27/26 أبريل 2016، ص 17.

<sup>3</sup> - صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي. الملتقى الدولي حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 20-21 ماي 2002.

الكثافة السكانية، وتستهدف الزوار الأثرياء نظرا لتكاليفها الباهظة. أما النوع الثاني: فيتمثل في الهياكل الأقل تكلفة من حيث الإنشاء، التي يراعى في تصاميم بناءها خفض التكاليف، وبالتالي محدودية الخدمات، وتسعى لجذب السائح للاستفادة منها بأسعار معقولة تتوافق مع دخله المالي.

**الأمّن:** يعكس تجنب الحوادث التي تعكر صفو متعة السائح حيث يسعى السائح إلى ضمان أمنه وسلامة جسده وأمتعته من أي مساس مادي أو معنوي، سواء من طرف القائمين على تسيير المرفق السياحي أو غيرهم.

**الخدمات:** هي كل ما تعرض للسائح من حيث نوعية الإقامة، النظافة، المياه، النقل، تنوع الأكل وملاءمته كما وكيفا وسعرا، بحيث يشعر السائح أنه يتحصل على منافع مرضية مقابل ما يدفعه من مال.

**الثقافة السياحية:** أي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح، وتعتمد الثقافة السياحية على تقديم المعلومات الصحيحة وإبراز أهمية السياحة وكيفية تسويقها، وكذا أساليب التعامل مع السياح<sup>1</sup>.

### ثانيا: استراتيجيات التنمية السياحية المستدامة

من بين العوامل المفتاحية لنجاح التنمية السياحية المستدامة، هي إتباع سياسات واستراتيجيات ومخططات، وتجسيدها على أرض الواقع، من أجل خلق الشروط المثالية المتماشية مع السياحة المستدامة على المستويين الجهوي أو المحلي، وأهمها<sup>2</sup>:

-التسويق والمشاريع الإقليمية : وذلك بتشجيع التسويق الإقليمي للتنمية المستدامة، وطرح التنافسية بين الجهات، فيما يتعلق بطرح السياحة المستدامة في مخطط تسويقي فهو يتضمن ما يلي:

- البيانات الاجتماعية والاقتصادية للطلب السياحي وتطوراته؛
- إمكانية الوصول نحو أسواق السياحة المستدامة؛
- استحقاق نشاط السياحة المستدامة والجهات السياحية؛
- نفسية المستهلك المستهدف؛
- العوامل المؤثرة على رضا المستهلك عن منتجات السياحة المستدامة؛

<sup>1</sup> - شليحي الطاهر، عز الدين علي، متطلبات نجاح التسويق السياحي كآلية لتعزيز تنافسية القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 03، العدد 2019/01، ص 56.

<sup>2</sup> - بن لخضر السعيد، أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، 2018، ص 96-97.

- الأسعار والتكاليف؛

- استعمال تكنولوجيا المعلومات؛

- تمييز منتجات السياحة المستدامة ووضعياتها.

-الوسائل والمساعدات المنهجية لمبادرات السياحة المستدامة: التي تسمح بـ:

- مرافقة فاعلي الإقليم في التسيير اليومي لمشاريعهم؛

- التعيين بالمقارنة مع معايير محددة في إطار منطقي؛

- التمويع بالمقارنة مع التطبيقات الجيدة للقطاع.

- المشاريع التي تنطوي على السياحة المستدامة والتي تتمثل بالدرجة الأولى في:

- الحظائر الطبيعية الجهوية؛

- المحطات المحمية؛

- مشاريع تسيير المحيط؛

- التسيير المتكامل للمناطق السياحية.

-التسويق كمتجه لتنمية الشبكات، والشراكة في السياحة المستدامة: وذلك عن طريق الشراكة العمومية

والخاصة، وذلك بـ:

- تنمية الشعور بملكية واكتساب مشاريع السياحة المستدامة من قبل الفاعلين؛

- المحافظة على الثقة بين الشركاء، التقنيين وكل الفاعلين الآخرين؛

- خلق عملية آلية التنظيم عبر إتفاق اجتماعي، عن طريق إلتزام طويل المدى لمجموع الفاعلين في الإقليم؛

- إبلاغ الشركاء بكل عمليات الالتحاقيات والزيارات؛

- تكوين والمحافظة على الشرعية لكل تقاربات ومشاريع التنمية المستدامة؛

- ضمان الارتباط أو التتابع.

### المطلب الثاني: أبعاد التنمية السياحية

للتنمية السياحية أبعاد عديدة أهمها: البعد البيئي، البعد الاقتصادي، البعد الثقافي والاجتماعي؛ وسنتناولها

بشيء من التفصيل فيما يلي:

#### أولاً: البعد البيئي

يعتبر الحفاظ على الموارد البيئية أساس التنمية السياحية، ونقصد به قيام السياح بأفضل الممارسات المتعلقة باحترام البيئة الطبيعية والبشرية التي تستضيفهم، أي الحفاظ على العمليات البيئية الضرورية والتنوع البيولوجي ونظم دعم الحياة<sup>1</sup>، ولهذا الغرض يتم توعية السكان المحليين أولاً بأهمية البيئة وضرورة الحفاظ عليها وتثقيف العاملين بالمواقع السياحية سواء كانوا تابعين للقطاع العام أو الخاص.

وهنا نشير إلى نوع من أنواع السياحة وهو السياحة البيئية التي تتعلق أساساً بتنفيذ قواعد السياحة المستدامة وبحماية البيئة، ولهذا فهي تشمل جميع أنماط السياحة وأشكالها من جهة وما يقتضيه ذلك من وضع ضوابط وتعليمات سلوكية معتمدة لينفذها ويلتزم بها السائح أو الزائر في مجال المحافظة على البيئة من جهة أخرى. وعليه فالسياحة البيئية هي عملية تعليم وتثقيف وتربية بيئية بالذات للناشئين والصغار.

### ثانياً: البعد الاقتصادي

البعد الاقتصادي هو أحد المكونات التسويقية الهامة التي تؤثر على الطلب السياحي والذي يضم عدة عوامل كمستوى الدخل، القوة الشرائية، التضخم، البطالة.... مما يؤثر على نجاح هذه الاستراتيجية التسويقية؛ والسياحة باعتبارها نشاطاً يؤثر ويتأثر بمستوى دخل الفرد فقد وجب على هذا الأخير تخصيص جزء للأدخار السياحي حتى يضمن إمكانية القيام بجولة سياحية هذا على المستوى الفردي، ومن جهة أخرى فإن الدولة أو الاقليم المضيف يجب أن يحوز على الامكانيات المالية التي تتيح له إنشاء الأماكن السياحية وصيانتها وتوسيعها. وعليه نجد أن المنظمات أصبحت تنظر إلى السياحة كقطاع اقتصادي له دور بارز في التنمية الاقتصادية على غرار باقي قطاعات النشاط الاقتصادي كونه منتجاً، ذا أهمية اقتصادية، اجتماعية، تجارية وسياسية<sup>2</sup>.

### ثالثاً: البعد الاجتماعي والثقافي

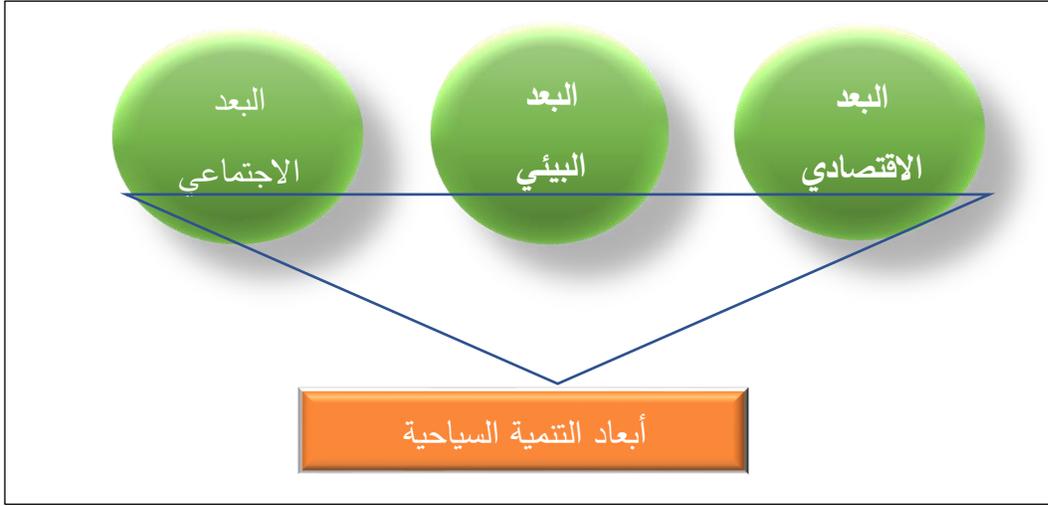
يتعلق البعد الاجتماعي بالوحدة الاجتماعية التي وجب أن تكون متعلقة بالرفاهية الموسوعية للبلد المضيف، فليس من السهل تصور إمكانية حماية التدفق السياحي واستمراره دون الأخذ بعين الاعتبار ظروف المجتمع المضيف، فالبعد الاجتماعي عامل مهم للوصول إلى تنمية سياحية دائمة من خلال الظروف المتعلقة بالمجتمع المحلي، فمن خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق ومشاركة العادات والتعريف بالتقاليد، مما يزيد التفاهم المشترك والاحترام ويخلق الوحدة والتقارب بين المجتمعات. هذه من جهة ومن جهة أخرى تعمل على

<sup>1</sup> - زين الدين صلاح، مرجع سابق، ص 15.

<sup>2</sup> - عادل هادي البغدادي، ولاء سليمان عبد الحمزة، أثر التسويق الريادي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة -دراسة تطبيقية في فنادق الدرجة الثانية في محافظة التجف الأشرف-. مجلة الغزي للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 15، العدد 02، 2018، ص 56.

الحفاظ على المواقع الأثرية والتعريف بالمووروث التاريخي لها والتي إن لم تعنى بالحماية والصيانة المستمرة تتعرض للتخريب والضياع<sup>1</sup>.

الشكل رقم (04): أبعاد التنمية السياحية



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على المعلومات السابق ذكرها

### المطلب الثالث: معوقات التنمية السياحية

تعاني التنمية السياحية من مشاكل جمة تعيق النهوض بهذا المجال الحساس، أبرزها عدم وجود رؤية واضحة لدى السلطات العليا والتخبط في السياسات ناهيك عن اهتراء البنى التحتية وأبرز هذه المعوقات نرصد ما يلي<sup>2</sup>:

- غياب التخطيط المنهجي للمناطق المختلفة كالحدائق العامة والمواقع الأثرية والمحميات الطبيعية؛
- نقص فادح في البنى التحتية والموارد البشرية لإدارة العملية السياحية كعمليات النظافة الدائمة والتنظيم والإرشاد؛
- نقص عمليات زراعة الغابات وتجديد الغطاء الغابي خصوصا مع ظاهرة الحرائق المستمرة؛
- المخالفات سواء عن جهل أو عمدا كالرعي الزائد والصيد غير المشروع؛
- التوسع العمراني على حساب النسيج الطبيعي خصوصا الفوضوي منه؛
- تضارب السياسات بين الإدارات وتعدد القوانين مع عدم الصرامة في تنفيذها؛

<sup>1</sup>- سليمة قواسمية، مرجع سابق، ص44.

<sup>2</sup>- مرجع نفسه، ص47.

- التخریب الذی تتعرض له المواقع المحمية وغياب الأمن؛
- تخلي المجتمع المدني عن دوره في حماية البيئة والأتكالية على الدولة؛
- نقص كبير في الثقافة السياحية لدى السكان المحليين مما ينفّر السياح عن المنطقة.

## المبحث الثالث: واقع وأفاق التنمية السياحة في الجزائر

تعتمد مواقع السياحة الأكثر نجاحا في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف، والبيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية، أما المناطق التي لا تقدم هذه الميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح، وهو ما يؤدي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية.

ومن الجائر أن تكون السياحة عاملا بارزا في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية، والمجتمع المحلي؛ ويتوفر هذا عند وجود بيئة ذات جمال طبيعي وتضاريس مثيرة للاهتمام، وحياء نباتية برية وافرة وهواء نقي وماء نظيف، مما يساعد على جذب السياح.

### المطلب الأول: واقع قطاع السياحة بالجزائر

نتطرق في هذا الفرع إلى الإمكانيات المختلفة للجزائر في المجال السياحي، سواء كانت طبيعية وجغرافية، تاريخية وثقافية، وكذا البنى التحتية المختلفة.

#### أولا: الإمكانيات الطبيعية والجغرافية

تعتبر الجزائر بتنوعها الطبيعي الجغرافي بمثابة قارة مصغرة، فتنوع تضاريسها يخلق مجالا للسياحة على مدار العام وليس في مواسم معينة فقط، فهي تجمع بين البيئة المتوسطة والصحراوية، الجبلية والساحلية. ما يعطيها تنوعا نادرا؛ وتتمثل أهم هذه الإمكانيات في ما يلي<sup>1</sup>:

1. **الموقع والمناخ:** تتوسط الجزائر شمال القارة الإفريقية، يحدها شمالا البحر المتوسط، شرقا تونس وليبيا، غربا المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي. تتربع الجزائر على مساحة 2381741 كلم ويقدر أقصى اتساع لها 1800 كم من الشرق إلى الغرب، و1900 كم من الشمال إلى الجنوب.
2. **الساحل البحري:** يمتد الشريط الساحلي للجزائر على مسافة 1200 كم، ويتميز بتنوعه الكبير بين شواطئ رملية وأخرى صخرية، شواطئ غابية وأخرى داخل المدن الحضرية.
3. **المناطق الجبلية:** تتميز الجزائر بوجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي اللتان تمتدان من الشرق إلى الغرب. وهو ما يوفر فرص كبيرة للاكتشاف، المغامرة، التخيم والصيد. وتعد المرتفعات السياحية كحضيرة الشريعة التي تعتبر موقعا استثنائيا لممارسة رياضة التزلج والتمتع بالمناظر الطبيعية الساحرة، إضافة إلى منطقة تيكجدة. كما توفر المناطق الجبلية على تنوعها فرص عظيمة للسائح لمعاينة

<sup>1</sup> - عن موقع ويكيبيديا.

الثروة الحيوانية المتنوعة عن قرب والطيور النادرة، إلى جانب الينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا والإعتدال شتاء.

4. **المناطق الصحراوية:** تعد الصحراء الجزائرية من الوجهات المفضلة في السياحة الصحراوية نظرا لتنوعها وغناها بالموروث الحضاري والتاريخي، كمنطقة الطاسيلي، صحراء تاغيت، وغيرها. ويتواجد بها أجمل غروب شمس في العالم.

5. **الحمامات المعدنية:** الجزائر غنية بالينابيع المعدنية والتي لها خصائص علاجية متعددة، وتظهر الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها شمالا، ومن أهمها: حمام ريغة بعين الدفلى، حمام بوحنيفية بمعسكر، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين بالمدينة، حمامات قالمة. وهو ما يعطى فرصا لتطوير سياحة الحمامات المعدنية أو السياحة العلاجية.

### ثانيا: الإمكانيات الثقافية والتاريخية:

تشكل المناطق الأثرية والتاريخية، تصاميم العمارة المميزة وأساليب الرقص الشعبي، الموسيقى، الدراما والفنون والحرف التقليدية والملابس الشعبية والعادات والتقاليد، ثقافة وتراث المنطقة عوامل تجذب الزوار خاصة إذا كانت على شكل محمية يرتادها الزوار بانتظام، وفي الجزائر نجد أنه قد صنفت العديد من المعالم من طرف منظمة اليونسكو وتتمثل في:

1. **تيمقاد:** تتواجد بولاية باتنة، ويعود إنشاؤها إلى الإمبراطور ترجان عام 100م
2. **تيبازة:** تقع شمال الجزائر وبها مدينة رومانية عتيقة.
3. **جميلة:** تقع بولاية سطيف وهي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر.
4. **الطاسيلي:** تقع في الصحراء الجزائرية تحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ، وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية خلال 6000 سنة قبل الميلاد.
5. **قلعة بني حماد:** تقع ببشارة بالمسيلة وهي من المدن الإسلامية، تأسست عام 1007م وكانت عاصمة للدولة الحمادية.
6. **قصر ميزاب:** أنشئ من طرف الإباضيين يقع بولاية غرداية.
7. **القصبية:** تتواجد بالجزائر العاصمة وهي من المدن الإسلامية أيضا.

**ثالثا: الإمكانيات القاعدية:** تملك الجزائر بنية تحتية هامة تتمثل في:

1. **شبكات النقل:** ونميز فيها عدة أصناف:
  - شبكات الطرقات البرية والتي يصل طولها إلى 109452 كم، يتركز أغلبها في الشمال والوسط؛

- شبكة السكك الحديدية: تمتد بطول 4500 كم، موزعة بين نقل البضائع والمسافرين؛
  - شبكة النقل الجوي: وهي تغطي 31 مدينة داخل الوطن؛
  - شبكة النقل البحري: حيث يوجد 13 ميناء للتجارة والصيد البحري وميناءان إثنان للمحروقات وموانئ صغيرة للصيد والترفيه.
2. قدرات الإيواء السياحي: وهي تمثل القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين للدولة المضيفة، قدرت طاقة الإيواء سنة 2007 بـ 85000 سرير<sup>1</sup>، وقد عرفت الجزائر تحسنا ملحوظا في قدرات الإيواء السياحي خصوصا مع دخول الاستثمارات الجديدة حيز الخدمة.

### المطلب الثاني: معوقات التنمية السياحية في الجزائر

يعود ضعف التنمية السياحية في الجزائر إلى ضعف الاستثمار في هذا القطاع منذ المخطط الثلاثي الذي كان بعد الاستقلال وما تبعه من مخططات أعطت الأولوية لقطاع الصناعات الثقيلة على حساب قطاع الخدمات بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة وهذا كان تماشيا مع المنهج الإشتراكي الذي كان سائدا تلك الفترة، ومن أهم المعوقات التي أدت لتدهور التنمية السياحية ما يلي:

1- عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي عاشته الجزائر منذ بداية العقد الأخير من القرن الماضي، وقد أفرز كل ذلك في تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية وتدني توافد السواح، إلا أن ذلك لا يعتبر مصدرا وحيدا لهذه المشكلات، حيث لا يزال القطاع يتخبط في العديد من المشكلات، على الرغم من تحسن الأوضاع الأمنية، على الأقل في العشرية الأخيرة؛

2- الافتقار إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطورها مما أدى إلى تدهور القطاع السياحي؛

3- ضعف موقع التنمية السياحية في الخطط التنموية مما يقلل من أهميتها في إطار تواضع التخصيصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة أو المخطط لها وضعف أداء السياسات العامة في تبني إستراتيجية واضحة المعالم للسياحة؛

4- ضعف تكنولوجيا المعلومات والاتصال للقطاع السياحي، مما أدى إلى الفقر الواضح في البيانات والمعلومات لدى السياح، حيث غاب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي؛

<sup>1</sup> - ياسة سليمة، لحواسنية ياسمين، مرجع سابق، ص202.

- 5-تواضع نوعية المنشآت والخدمات وضعف أو قصور في المرافق الأساسية والخدمات كالطرق والكهرباء والاتصالات والصرف الصحي؛
- 6-تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عمل مؤهلة؛
- 7-ضعف الثقافة السياحية، مما أدى إلى تواضع الوعي السياحي وتخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين؛
- 8-ضعف وقصور وعدم انتظام النقل البري والبحري والجوي وعدم وصول كل طرق إلى مواقع الجذب السياحي؛
- 9-تواضع خطط الترويج والتسويق للوجهات بالجزائر، وقصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث والإعلام السياحي؛
- 10-انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية وعدم كفاية كل من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في إطار انخفاض الوعي السياحي؛
- 11-تقليدية البرامج السياحية وعدم وجودها أصلا مما يقف حائلا دون إطالة مدة إقامة السائح؛
- 12-الإهمال للمناطق الأثرية والمدن الحضرية وخصوصا المواقع الدينية والمباني التاريخية، فهناك تقصير في أعمال الصيانة والترميم وإعادة البناء، فضلا عن عدم وجود نظام مبرمج لزيادة جذب السائحين لهذه المناطق؛
- 13-عدم كفاية وسائل الحد من تهريب الآثار والقطع التاريخية أو إرجاعها مما أسهم في تفاقم مشكلة فقر المعالم السياحية؛
- 14-عدم ملاءمة ودفع وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المالية؛
- 15-موسمية الوجهات السياحية، حيث يكاد ينعدم سياح خارج المواسم نتيجة عدم تشجيع السياحة الداخلية، وعدم الترويج للمعالم السياحية والترفيهية غير الموسمية؛
- 16-غلاء الأسعار مع تدني الخدمات السياحية المقدمة، وهذا راجع إلى عدم تفعيل أجهزة الرقابة على الأسعار؛

17-العوائق الإدارية والقانونية للاستثمار السياحي، وهذا راجع إلى كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية؛

18-ضعف أداء الجماعات المحلية للنهوض بالسياحة في الجزائر؛

19-تضارب وتشتت الاختصاصات والمهام وتشعب الصلاحيات بين الوزارات.

### المطلب الثالث: آفاق ترقية التنمية السياحية في الجزائر

إن القضاء على معوقات التنمية السياحية في الجزائر يرتبط ارتباطا وثيقا بمدى إيمان الدولة بالسياحة كمورد اقتصادي بالغ الأهمية يجب تربيته وتثمينه، وبما أن النشاط السياحي هو مسؤولية قومية وليس مسؤولية وزارة السياحة فقط، فإن أسس القضاء على تلك المعوقات هو أن تتضافر جميع الجهات لتحقيق تنمية سياحية ناجحة، ويمكن تبين ذلك في:

-زيادة الكفاءة لدى المؤسسات السياحية مع المقاييس الدولية المعمول بها؛

-حل مشاكل التمويل المالي التي تواجه القطاع السياحي والمشروعات السياحية ممن خلال منح قروض للمشروعات السياحية بفائدة ضئيلة، ودعوة البنوك لتسهيل المعاملات مع المؤسسات السياحية، مع إدخال وسائل الدفع العصرية لتسهيل الإجراءات أمام السواح الأجانب؛

-تحديد مهام الهيئات والإدارات السياحية منعا لتضارب الاختصاصات؛

-تحقيق التكامل بين الأقاليم السياحية، لتصبح السياحة في الجزائر على مدار العام وحل مشكل الموسمية؛

-الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية المقدمة للسائحين، وتوفير كافة التسهيلات والمتطلبات اللازمة لهم

بما يكفل زيادة أعدادهم وتوسط مدة إقامتهم فضلا عن الارتقاء بمتوسط الإنفاق اليومي للسائح؛

-إعادة ترميم وصيانة المواقع الأثرية خاصة المواقع الدينية والمباني التاريخية لزيادة تشجيع السواح على

زيارتها؛

-تسهيل الإجراءات القانونية والإدارية للاستثمار في المجال السياحي؛

-فتح الاستثمار الأجنبي مع إعطاء تحفيزات لمضاعفة العائد السياحي؛

-توفير الاعتمادات المالية للقيام بحملات ترويجية شاملة لمناطق الجذب السياحي؛

- ضرورة تحقيق التوازن بين حركة السياحة الداخلية والخارجية مع التركيز على وضع خطة متطورة لدفع السياحة الداخلية وتوسيع قاعدتها باعتبارها ركيزة أساسية من ركائز استقرار التنمية السياحية.

### خلاصة الفصل

يعد قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تسعى إلى تحقيق التنمية المستدامة نظرا لمساهمته الفعالة في الدخل الوطني، حيث يعمل على توفير مناصب الشغل، وجلب العوائد المالية سواء كانت بالعملة المحلية أو بالعملة الصعبة وقد وجدت الكثير من الدول في صناعة السياحة بديلا إستراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها

والجزائر كغيرها من الدول تطمح إلى دخول سوق السياحة وجعلها واحدة من الأولويات القومية لما لها من إمكانيات كبيرة في هذا المجال، وتحويل الجزائر إلى مركز جذب سياحي عالمي، وذلك من خلال تطبيق إستراتيجية فعالة وطموحة، وهو ما تعتبره بديلا استراتيجيا لقطاع المحروقات في تحقيق التنمية وزيادة الدخل الوطني

السياحة نشاط ذو أهمية خاصة من ناحية دعم الاقتصاد، لذلك كان أولى على الدولة المستوفية لمتطلبات السياحة العمل على الوصول إلى تنمية سياحية دائمة، ولتحقيق هذه الأخيرة توجب وجود مجتمع صديق للبيئة، والحفاظ على التراث وتثمينه أي العادات والتقاليد في الجانب الاجتماعي، أما من الناحية الاقتصادية فتتمثل في تعزيز المنافسة ورفع التحديات وبالتالي تفادي ضياع الموارد واستفادة الأجيال القادمة من هذا القطاع.

الفصل الثالث:

دراسة حالة القرض الشعبي

الجزائري - وكالة ميله -

تطرقنا في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث و هي كالتالي:

المبحث الأول: تقديم بنك محل الدراسة

المبحث الثاني: واقع السياحة في ولاية ميلة

المبحث الثالث: تحليل نتائج محاور الدراسة ومناقشة الفرضيات

## المبحث الأول: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA

يعتبر القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية، وقد تم اختياره لإجراء دراستنا التطبيقية وعليه فقد قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، المطلب الأول بعنوان نشأة القرض الشعبي الجزائري ومراحل تطوره، المطلب الثاني فنتطرق به إلى مهام القرض الشعبي الجزائري وأهدافه وأخيرا المطلب الثالث يعرض الهيكل التنظيمي لقرض الشعبي الجزائري.

### المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري ومراحل تطوره

يعتبر القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية، شركة ذات رأسمال يقدر بـ 4800000000 دج، يعتبر بنك ودائع حيث يقوم بتقديم كل أشكال القروض لمختلف القطاعات.

إن القرض الشعبي الجزائري يخضع للتشريع البنكي والتجاري ويعتبر بنكا عاملا وشاملا مع الغير، ويتخذ هذا الأخير من نهج عميروش بالجزائر العاصمة مقرا له، ويضم هذا الأخير مجموعة من الفروع والوكالات والمكاتب التي تحقق نشاطاته المختلفة.

تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري بمقتضى المرسوم الصادر في 14/05/1967، يعد ثاني بنك تجاري تم تأسيسه في الجزائر بعد الاستقلال، وقد تأسس على أنقاض القرض الشعبي للجزائر، وهران، عنابة وقسنطينة، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، ثم اندمجت فيه ثلاثة بنوك أجنبية أخرى هي:

- البنك الجزائري المصري بتاريخ 01 جانفي 1968

- الشركة المرسلية للبنوك بتاريخ 30 جوان 1968 (SMC)

- الشركة الفرنسية للإقراض والبنوك سنة 1971 (CFCB)

- البنك المختلط ميسر (BMAM) MISR

وبعد الإصلاحات التي مست القطاع المصرفي في الجزائر تمت إعادة هيكلة القرض الشعبي الجزائري لينبثق عنه بنك التنمية المحلية سنة 1985، وتحول إليه 40 وكالة و 550 موظفا و 8900 حسابا من حسابات عملائه، كما عرف التحولات التالية:

- أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عامة اقتصادية "مؤسسة ذات أسهم" يحكمها القانون التجاري منذ 1989/02/22، حيث قدر رأسماله الاجتماعي بـ 800 مليون دج مقسمة إلى 800 سهم بقيمة اسمية 01 مليون دج.
- تعود ملكية القرض الشعبي الجزائري إلى الدولة لكنها لا تقوم بتسييره وإدارته.
- يتكون مجلس الإدارة من 10 أعضاء مفوضين من قبل المساهمين.
- يتخذ مجلس الإدارة كل القرارات المتعلقة بالسياسة التجارية والمالية للبنك، أما الأنشطة المتعلقة بالتسيير تشرف عليها الإدارة العامة على رأسها الرئيس المدير العام.

**الجدول رقم (02): تطور رأسمال بنك القرض الشعبي الجزائري**

السنة	رأس المال
1966	15 مليون دينار جزائري
1983	800 مليون دينار جزائري
1992	5.6 مليار دينار جزائري
1994	9.31 مليار دينار جزائري
1996	13.6 مليار دينار جزائري
2000	21.6 مليار دينار جزائري
2004	25.3 مليار دينار جزائري
2006	29.3 مليار دينار جزائري
2019	48 مليار دينار جزائري

المصدر: وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 333-ميلة-

نلاحظ من الجدول أعلاه أن رأسمال البنك قد شهد تضاعفاً بمرتين وهو ما يعكس استراتيجية البنك نحو تعزيز ملاءته المالية وتوسيع استثماراته.

وبالنسبة لدراستنا الميدانية فقد تمت على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 333-ميلة- والتي تأسست في سنة 1984 كواحدة من بين الوكالات التابعة لمجموعة الاستغلال بقسنطينة رقم 834 كوكالة من الرتبة الثانية، حيث تقع بشارع لخصر بن قربة، ولاية ميلة. بلغ عدد المستخدمين فيها 26 فرداً.

في البداية كان مقرها حي 333 مسكن ونظرا لتوسع نشاطاتها وزيادة عدد زبائنها، أدى بالوكالة الى تغيير مقرها سنة 1994 لحي لخضر بن قربة.

وكالة ميله 333 عرفت تطورا كبيرا خلال السنوات عن طريق دعم الأنشطة النقدية التي أدخلت منذ 1990 والانطلاق في أنواع جديدة من التمويل والمؤسسات الصغيرة والقروض العقارية وأخرى موجهة بشكل خاص نحو الزبائن.

### المطلب الثاني: مهام القرض الشعبي الجزائري وأهدافه

يضطلع بنك القرض الشعبي الجزائري بجملة من المهام التي تدخل ضمن رؤية البنك واستراتيجيته لدعم القطاع المصرفي الجزائري وهي كما يلي:

- القيام بجميع العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية.
  - إقراض الحرفيين، الفنادق، القطاعات السياحية، الصيد، التعاونيات (غير الزراعية) في ميدان الإنتاج وأيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن PME التوزيع والمتاجرة، وعموما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحرة وقطاع المياه والري.
  - تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل خاصة تمويل السكن، البناء والتشييد.
  - تمويل القطاع السياحي والأشغال العمومية، البناء، الري والصيد البحري.
- إضافة إلى:

- قبول الودائع: يستقبل القرض الشعبي الجزائري الودائع من المودعين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات بالعملة الوطنية كانت أو العملة الأجنبية.
- مختلف عمليات التجارة الخارجية: حيث يمول القرض الشعبي الجزائري عمليات التجارة الخارجية من خلال توفيره لوسائل الدفع المختلفة، منها الاعتماد المستندي، التحصيل المستندي والتحويل الحر أو المباشر.

وبالإضافة إلى الوظائف المذكورة فقد تطور دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل القطاع الخاص وكذا العام، وأصبح له حرية التعامل مع كافة النشاطات الاقتصادية مالية كانت أو تجارية، وقد وضع أهدافا لمسيرة هذا التطور منها:

- تحقيق لا مركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت والزيائن؛
- تحسين وجعل التسيير أكثر فعالية من أجل ضمان التحويلات اللازمة؛
- التوسع ونشر الشبكة واقترابه من الزبائن؛
- تحسين وتطوير شبكة المعلومات وكذا الوسائل التقنية الحديثة؛
- التسيير الديناميكي لخزينة البنك؛
- مواكبة التطورات الجديدة التي يشهدها العالم، وذلك بتطوير منتجات مصرفية، والاعتماد على التكنولوجيا في إنتاج منتجات وخدمات مصرفية جديدة؛
- توفير مختلف بطاقات السحب والدفع للزبائن؛
- تقوية الرقابة على مستوى مختلف مراكز المسؤولية.

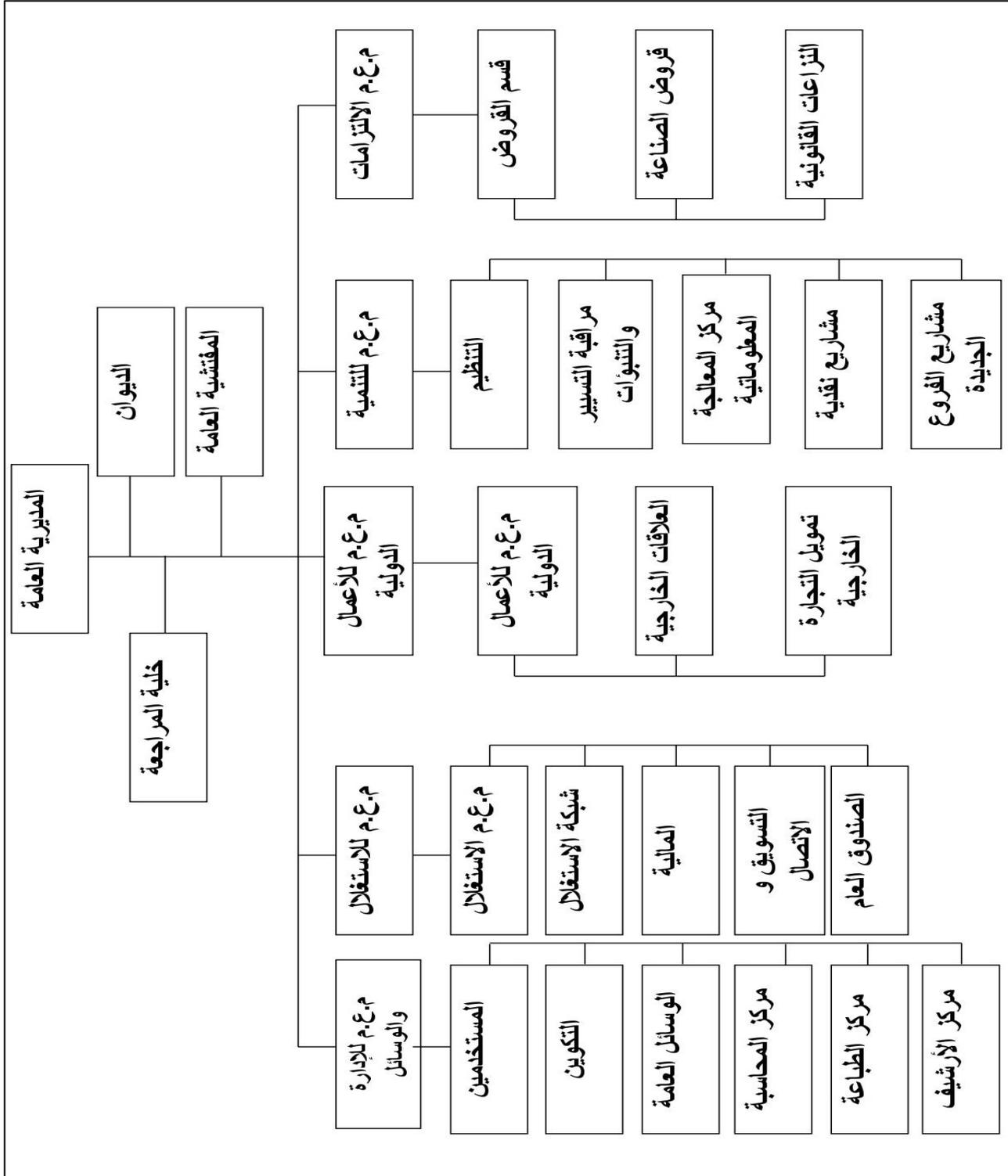
### المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لقرض الشعبي الجزائري

يتكون هيكل البنك من المديرية العامة، الديوان، المفتشية العامة، خلية المراجعة إضافة إلى خمس مديريات مركزية هي:

- المديرية العامة المركزية للالتزامات: وتضم قسم القروض، بفرعيه قروض الصناعة والنزاعات القانونية؛
- مديرية العامة المركزية للتنمية: تشرف على التنظيم وتضم مراقبة التسيير والتنبؤات، مركز المعالجة المعلوماتية، مشاريع نقدية ومشاريع الفروع الجديدة؛
- المديرية العامة المركزية للأعمال الدولية: وفيها قسم العلاقات الخارجية، تمويل التجارة الخارجية؛
- المديرية العامة المركزية للاستغلال: وتضم شبكة الاستغلال، المالية، التسويق والاتصال، الصندوق العام؛
- المديرية العامة المركزية للإدارة والوسائل: ونميز بها المصالح التالية: المستخدمين، التكوين، الوسائل العامة، مركز المحاسبة، مركز الطباعة، مركز الأرشيف.

والشكل الموالي يوضح هيكل بنك القرض الشعبي الجزائري.

الشكل رقم (05): هيكل بنك القرض الشعبي الجزائري CPA



## المبحث الثاني: واقع السياحة في ولاية ميلة

خصصنا هذا المبحث للتعريف بولاية ميلة وخصائصها الجغرافية، وإبراز الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية للولاية وكذا الأهمية الاستراتيجية للسياحة بها.

### المطلب الأول: نبذة عن ولاية ميلة

تقع ولاية ميلة بين خطي طول 5 و43 إلى 6 و30 شرق خط غرينيتش وبين دائرتي عرض 5 و45 إلى 36 و34 شمال دائرة الاستواء، تتواجد شرق الجزائر يحدها شرقا ولاية قسنطينة وغربا سطيف، شمالا جيجل ومن الشمال الشرقي ولاية سكيكدة وفي الجنوب الشرقي أم البواقي وجنوبا باتنة.

تمتد على مساحة 3405,8 كلم مربع، وتتموقع بين جبال المنية وسيدي إدريس من الشمال وجبال عقرب من الجنوب، جبال زواغة من الغرب وتموجات الهضاب العليا شرقا. تتربع ولاية ميلة على مساحة متنوعة من التضاريس والمناخ، فنجد أن تضاريسها تنقسم إلى ثلاث مناطق مختلفة:

- منطقة جبلية في الشمال تضم كلا من بلديات حمالة، لشفارة، ترعي باينان، أعميرة أراس، تسالة، مینار زارزة وتسدان حدادة؛
- منطقة هضاب وسهول داخلية: تغطي دوائر فرجيوة، واد النجاء، القرارم قوكة؛
- منطقة الهضاب العليا الجنوبية: وتغطي دائرة شلغوم العيد، تاجنانت، تلاغمة.

وقد خلق هذا التنوع الجغرافي تنوعا آخر مناخيا، فمناخ ولاية ميلة شبه قاري، يتميز بالجفاف صيفا والبرودة شتاء وبمدى حراري كبير؛ تتراوح كميات التساقط بين 600 و900 ملم في المناطق الجبلية، من 400 إلى 600 ملم في المناطق الوسطى، و350 في المناطق الجنوبية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الإمكانيات الاستراتيجية والسياحية لميلة

تتوفر ولاية ميلة على عدة مميزات تجعلها قبلة لعدة أنواع من السياحة ثقافية، ترفيهية، علاجية، وعليه يمكن أن تجمع عدة أبعاد ودوافع مختلفة لزيارتها، فنجد أنها:

- تتميز أغلب مدنها بالهدوء والبعد عن الحياة العصرية وضغوطها خصوصا الأرياف منها؛

<sup>1</sup> - عن مديرية السياحة لولاية ميلة، ملف معلومات خاصة بالطلبة، ص1-2.

- تتوفر على عدة مناطق للعلاج الطبيعي كالحمامات والينابيع المعدنية (حمام ولاد عاشور، عين قرده (...)، وتوفر مناطق مفتوحة تعطي إطلالة طبيعية رائعة؛
  - إمكانية مشاهدة الطبيعة والطيور، والتمتع بتنوع التضاريس، وحياة البداوة على بساطتها؛
  - التراث الديني حيث تعد ولاية ميله أول مدينة إسلامية في الجزائر تم فتحها وبناء أول مسجد بها؛
  - التاريخ العريق، إذ تزخر ولاية ميله بتاريخ طويل تعاقبت عليه عدة حضارات
  - وجود عدة أماكن تتيح السياحة الاستكشافية كالمغارات والبحيرات، وغيرها.
  - وجود شبكة مائية كبيرة من الوديان توفر مناخا رطبا وحيويا وغطاء نباتي دائم تقريبا، إضافة إلى وجود أكبر سد على المستوى الوطني بها وهو سد بني هارون الذي يتيح فرصة للرياضات المائية والاستجمام.
- والجدول الموالي يوضح أهم المنابع الحموية بالولاية.

الجدول رقم (03): توزيع المنابع الحموية على مستوى تراب ولاية ميله

الرقم	التسمية	البلدية	نوعية الهياكل وكيفية استغلالها	نسبة تدفق المياه	نوعية العلاج
1	حمام بني هارون	بلدية حمالة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	46 لآثا	الأمراض الجلدية والمفاصل
2	حمام أولاد بوحامة	بلدية ميله	في طور عصرنته -حصل على عقد امتياز المنبع-	1,41 لآثا	
3	حمام أولاد عاشور	العياضي برباس	تقليدي -يؤجر للخواص من طرف البلدية-	7,5 لآثا	
4	حمام بني قشة	يحي بني قشة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	2 لآثا	
5	حمام مشنة السمارة	التلاغمة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	5,7 لآثا	
6	حمام التلاغمة	التلاغمة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	10 لآثا	
7	حمام الصنصاف	التلاغمة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	10 لآثا	

8	حمام الإخوة شاوش	التلاغمة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	10 لآثا	11
9	حمام أولاد جالي	التلاغمة	تقليدي -حصل على عقد امتياز المنبع-	10 لآثا	11
10	حمام التوامة	عين الملوك	تقليدي -ملف طلب الامتياز قيد الدراسة-	8 لآثا	11
11	حمام الشفاء	وادي العثمانية	تقليدي -ملف طلب الامتياز قيد الدراسة-	16 لآثا	11

المصدر: مديرية السياحة لولاية ميله

هذا وتتوفر الولاية على ثلاث منابع حموية أخرى ذات خصائص علاجية واستشفائية مثبتة غير مستغلة.

### المطلب الثالث: السياحة في ولاية ميله

تعاقبت على ولاية ميله عدة حضارات وهو الأمر الذي يفسر غناها بالموروث الحضاري، حيث تحتضن آثارا بيزنطية وأخرى رومانية ناهيك عن الآثار الإسلامية في جميع أنحاءها.

#### أولاً: الإمكانات الطبيعية

تضم الولاية عدة أثار رومانية آبار أغلاد: وهما بئران رومانان يقعان بالمشيرة جنوب غرب الموقع الأثري لبوتخماثن بينهما مسافة 1500 م، بنيا بحجارة صقلت بدقة وعناية وينتهيان بسقف على شكل قبة. كما تحتوي على مخزونات طبيعية أخرى مثل:

- مغارات بأولاد مخلوف مكان اكتشاف أقدم جمجمة يعود تاريخها لحوالي 15000 سنة قبل الميلاد.
- مغارات غار الظلام بدراحي بوصول فرجية.
- مغارات واد سقان وشلغوم العيد.
- مناطق المسطحات المائية بتسدان حدادة.
- غابة بوعشرة بالشيقرة.

إضافة إلى المساحات الخضراء حيث تقدر المساحة الغابية بها 33670 هكتار تضم أشجار البلوط بأنواعه

#### ثانياً: الإمكانات الثقافية والتاريخية

تضم الولاية عدة أثار موزعة عبر ربوعها وتجلب اهتمام الباحثين والمستكشفين والسياح أهمها:

- مسجد أبي المهاجر دينار (مسجد سيدي غانم): يقع في الجهة الشرقية لمدينة ميلة القديمة، وهو أول مسجد في الجزائر بناه القائد أبو المهاجر دينار.
- قصر الآغا (جنان الحاكم): يقع في قلب مدينة فرجيوة التابعة لولاية ميلة، تتقدمه حديقة في الواجهة الرئيسية للقصر، يضم الطابق الأرضي تسعة حجرات مستطيلة والطابق العلوي منه ستة غرف إضافة إلى المطبخ والمدافئ.
- معبد جنان الملو: في مدينة ميلة وهو تمثال كبير من الرخام الأبيض بارتفاع 2.94م، تختلف الآراء حول هوية صاحبه.
- العين الرومانية (عين البلد): تقع داخل المدينة البيزنطية بميلة القديمة، تزود المدينة بالمياه بمعدل تدفق دائم يقدر بـ 20 لثا.
- عين تامدة: تقع في دائرة أحمد راشدي بميلة، جنوب مشته تامدة.
- فسيفساء عين زروق: تقع بمشته عين زروق زرامنة على بعد 3 كم غرب بلدية الرواشد، تضم ثلاث لوحات فسيفسائية واحدة بصور ادمية وحيونية واثنان زخارفها نباتية وهندسية.
- الزوايا وأهمها: الزاوية الحنصلية، الزاوية الرحمانية، الزاوية الحملاوية.

## المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية

### المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأفراد الذين تتوفر فيهم خصائص الدراسة، حيث يتكون مجتمع دراستنا الحالية من مجموع الأفراد المتعاملين مع البنوك التجارية ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة وتعذر القيام بعملية المسح الشامل، لجأنا إلى اختيار عينة عشوائية، كان عدد مفردات العينة 30 شخص؛ وتم استرجاع كل الاستبيانات.

الجدول رقم (04): الإستمابانات الموزعة والمسترجعة من عينة الدراسة.

النسبة	العدد	الإستمابانة
%100	30	الإستمابانات الصالحة للدراسة
%00	00	الإستمابانات المستبعدة
%00	00	الإستمابانات الغير المسترجعة
<b>100</b>	<b>30</b>	<b>الإستمابانات الكلية</b>

المصدر: من إعداد الطالب.

### المطلب الثاني: أدوات الدراسة

استخدمنا في دراستنا بغية الوصول إلى النتائج المرجوة "الاستبيان" كأداة رئيسية في الدراسة كما تم الاستعانة بالمقابلة لتحصيل بعض المعطيات التي تطلبتها الدراسة أما الملاحظة فلا يخلو منها أي بحث علمي، وقد مر استخدام الاستمارة كأداة لهذه الدراسة بعدة مراحل نبينها كالتالي:

**1. مرحلة إعداد الاستمارة:** تم اعتماد الاستمارة كأداة أساسية للدراسة بوصفها من أهم وسائل البحث العلمي في جمع البيانات حيث وضعنا نموذج الاستمارة - المبين في ملاحق الدراسة- والذي كان مقسما إلى 5 محاور رئيسية نوضحها كما يلي:

- **المحور الأول:** يتعلق بالمعلومات الشخصية والوظيفية للمبحوثين وقد تم التعبير عنه من خلال (04) أسئلة هي: الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية.
- **المحور الثاني:** ويشتمل هذا المحور على (4) أبعاد كان الهدف منها معرفة واقع التنمية السياحية في الجزائر.

- **البعد الأول:** يتعلق بالبعد البيئي ويضم (06) أسئلة.
  - **البعد الثاني:** ويشتمل على (06) أسئلة ويتعلق بالبعد الثقافي والاجتماعي.
  - **البعد الثالث:** ويشتمل على (05) أسئلة كان وتتعلق بالبعد الاقتصادي.
  - **البعد الرابع:** يتعلق بالبعد الخدمي ويضم (08) أسئلة.
  - **المحور الثالث:** ويشتمل هذا المحور على (07) أسئلة كان الهدف منها معرفة واقع تمويل البنوك التجارية للسياحة في الجزائر.
- 2. مرحلة تحكيم الاستثمار:** حتى يتم التأكد من صدق أداة الدراسة، لجأنا إلى عرض الاستثمار في شكلها الأولي على مجموعة من الأساتذة المحكمين الذين قاموا بإبداء ملاحظاتهم واقتراحاتهم حول استثمار الدراسة من حيث مدى ملائمة المحاور ووضوح الأسئلة التي تنتمي إليها وكذا طريقة صياغتها.
- 3. مرحلة توزيع الاستثمار:** تم توزيع الاستثمار على الأفراد المبحوثين من طرف الطالب وذلك للوقوف على جميع الملاحظات التي يبديها المستجوبون والإجابة عليها في حينها.
- 4. مرحلة جمع الاستثمار:** تم جمع الاستثمارات الموجهة للدراسة بعد ترك الوقت الكافي للمبحوثين من أجل الإجابة، والتأكد من عدم وجود أية استفسارات، بعد عملية الجمع قمنا بفحص الاستثمارات، لنجهز فيما بعد للتفريغ والتحليل.

### المطلب الثالث: أساليب المعالجة الإحصائية

قصد الاستغلال الأمثل للبيانات التي تمّ جمعها، تمّ استخدام العديد من الأساليب الإحصائية بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي (SPSS version 24)، وهو عبارة عن نظام خاص يقوم بالتحليلات الإحصائية البسيطة منها والمعقدة، ظهر مع تطور أجهزة الحاسوب نتيجة للصعوبات التي تعرفها التحليلات الإحصائية الخاصة بالحجم الكبير من البيانات.

وفي ما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها:

- 1. المدى:** لغرض قياس مدى توافق آراء أفراد العينة مع عبارات محاور الدراسة، تمّ اعتماد الشكل المغلق في إعداد الاستثمار، وفقاً لمقياس ليكرت Likert الخماسي، وذلك بأن يُقابل كلُّ عبارة من عبارات المحاور قائمة تحمل الاختيارات الآتية: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، كما تم إعطاء كل اختيار من الاختيارات السابقة درجات للترجيح لكي يتم معالجتها إحصائياً، وذلك على النحو التالي: موافق بشدة(5 درجات)، موافق (4 درجات)، محايد (3 درجات)، غير موافق (2 درجة)، غير موافق بشدة(درجة واحدة).

إنّ تحديد طول الفئات لمقياس ليكرت الخماسي (الحدود العليا والدنيا) المستخدم في محاور الدراسة تطلب حساب المدى (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الفئة الصحيح أي (0.8=5/4)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة، وهكذا أصبح طول الفئات كالآتي:

- من (1 إلى 1,80) يمثل (غير موافق بشدة) نحو كل عبارة، باختلاف المحور المراد قياسه.
- من (1,80 إلى 2,60) يمثل (غير موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من (2,60 إلى 3,40) يمثل (محايد) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من (3,40 إلى 4,20) يمثل (موافق) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.
- من (4,20 إلى 5,00) يمثل (موافق بشدة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

**2. التكرارات والنسب المئوية:** تتم الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وكذا تحديد إجابات أفرادها عن عبارات محاور الاستبيان.

**3. المتوسط الحسابي:** تم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من متغيرات الدراسة.

**4. الانحراف المعياري:** وذلك للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات محاور الدراسة، والاستعانة بقيمة الانحراف المعياري من أجل ترتيب العبارات وفق المتوسط الحسابي في حالة ما إذا تساوى المتوسط الحسابي للعبارات.

**5. معامل ألفا كرونباخ:** لقياس ثبات الاستمارة.

**6. صدق وثبات الاستمارة:**

بغرض معرفة صلاحية الاستمارة من الناحية المنهجية والعملية تمّ دراسة صدق وثبات الاستمارة.

**أ. صدق الاستمارة:** لقد تمّ توزيع الاستمارة على مجموعة من المحكّمين بغرض معرفة الصدق الظاهري لهذه الاستمارة، وقد أعطى المحكّمون مجموعة من الملاحظات القيمة فيما يخص الشكل والمضمون، وقمنا بإجراء التصحيحات اللازمة وبإشراف مستمر من طرف المشرف خلال عملية التصحيح.

ب. ثبات الاستمارة: تم استخدام معامل ألفا كرونباخ من أجل التحقق من الاتساق الداخلي والثبات للاستمارة، وللوصول إلى نتائج دقيقة قمنا بحساب معامل ألفا كرونباخ للمحاور الرئيسية وفي الأخير حساب معامل الثبات الكلي، حيث يكون معامل الثبات:

- ضعيفا إذا كانت ألفا أقل من (60%).
- مقبولا إذا كانت ألفا تقع بين (60% و 70%).
- جيد إذا كانت ألفا تقع بين (70% و 80%).
- ممتازا إذا كانت ألفا أكبر من (80%).

والجدول أدناه يبين معاملات ألفا كرونباخ أو معامل الثبات الكلي.

جدول رقم (05): معاملات الثبات (حسب ألفا كرونباخ)

درجته	قيمة ألفا كرونباخ	
جيدة	78.5	معامل الثبات الكلي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج جدول معاملات الثبات يلاحظ بأن محاور الدراسة لها درجة جيدة من الثبات، وقد بلغ معامل الثبات الكلي 0.785 أي 78.5%، مما يؤكد ثبات الاستبيان، وأنه قادر على إعطاء نفس النتائج حتى ولو أعيدت الدراسة مرة أخرى في نفس الخصائص.

## المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات الخاصة بعينة الدراسة

من خلال هذا العنصر سيتم التطرق إلى وصف مفردات عينة الدراسة، وذلك بالإشارة إلى الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وفي الأخير توضيح نوع العلاقة بين المتغيرات وتفسيرها بناء على النتائج المتحصل عليها، ومن تحليل المعلومات المتحصل عليها بعد عملية تفرغ الاستبيانات ومعالجتها إحصائياً.

### المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

من أجل التعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة تم استخدام التكرارات والنسب المئوية، وتم توزيع المتغيرات التالية: الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، الخبرة.

#### أ. الجنس

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع مفردات العينة المشاركين في الاستبيان حسب جنسهم.

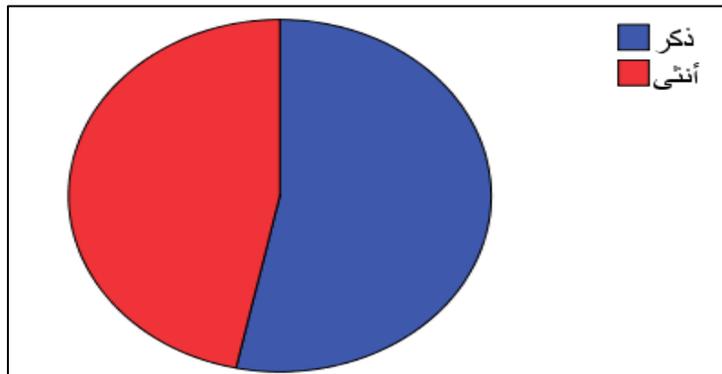
الجدول رقم (06): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	16	53,3%
أنثى	14	46,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن نسبة الذكور المستجوبين أكبر من نسبة الإناث إذ تقدر بـ 53,3% مقابل 46,7% بالنسبة للذكور، كما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (06): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ب. العمر

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع مفردات العينة المشاركين في الاستبيان حسب عمرهم.

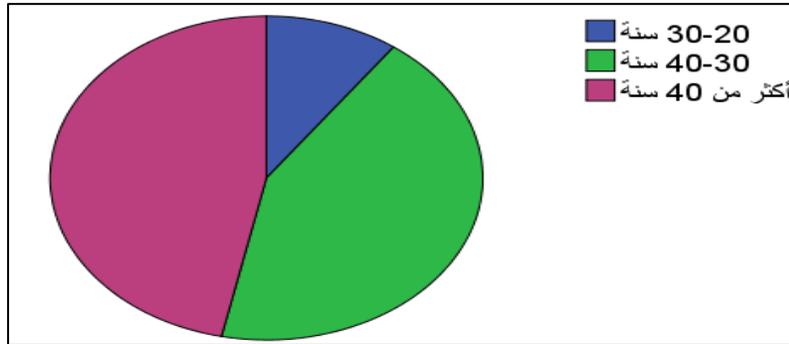
الجدول رقم (07): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
10%	3	من 20 إلى 30 سنة
43,3%	13	من 30 إلى 40 سنة
46,7%	14	أكثر من 40 سنة
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أكبر فئة عمرية هي فئة أكثر من 40 سنة وذلك بنسبة 46,7% حسب ما صرح به المستجوبون، تليها الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة بنسبة 43,3%، ثم الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة بنسبة 10%، وهذا كما يظهره الشكل الموالي.

الشكل رقم (07): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ج. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع مفردات العينة المشاركين في الاستبيان حسب مستواهم التعليمي.

الجدول رقم (08): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

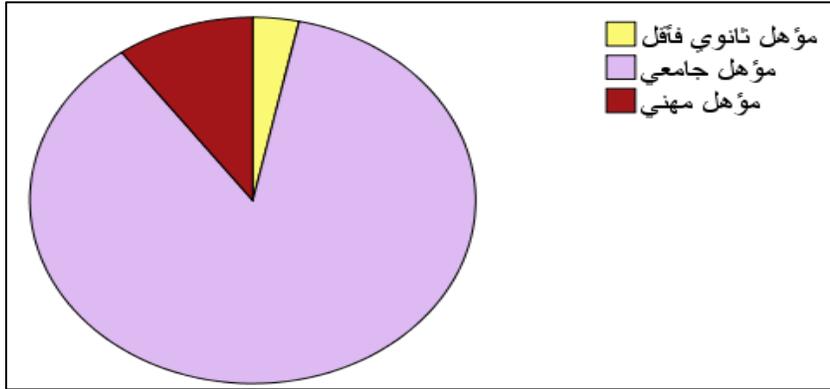
النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
3,3%	1	مؤهل ثانوي فأقل
86,7%	26	مؤهل جامعي

مؤهل مهني	3	10%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يتبين بأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة لديهم مؤهل جامعي حيث بلغت نسبتهم 86,7%، يليه مؤهل مهني بنسبة 10%، في حين بلغت نسبة ذوي مؤهل ثانوي فأقل 3,3% كما يبينه القرص البياني.

الشكل رقم (08): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

#### د. الخبرة المهنية

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع مفردات العينة المشاركين في الاستبيان حسب خبرتهم.

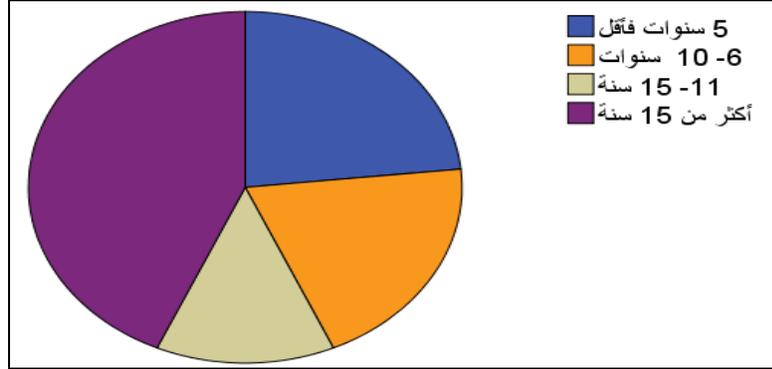
الجدول رقم (09): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
23,3%	7	5 سنوات فأقل
20%	6	من 6 إلى 10 سنوات
13,3%	4	من 11 إلى 15 سنة
43,3%	13	أكثر من 15 سنة
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن نسبة المستجوبين أكثر من 15 سنة هي الأكبر إذ تقدر بـ 43,3% تليها الفئة العمرية 5 سنوات فأقل 23,3%، ثم الفئة العمرية من 6 إلى 10 سنوات بـ 20% وفي الأخير فئة من 11 إلى 15 سنة بـ 13,3% وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (09): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

### المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد عينة الدراسة الخاصة بالمحاور

#### الرئيسية

تم تخصيص محورين رئيسيين اثنين، المحور الثاني يضم خمسة أبعاد حيث سيتم من خلاله عرض وترتيب اتجاه إجابات أفراد العينة المدروسة حول كل بعد، وذلك بتحليل مختلف نتائج الاختبارات الإحصائية المتحصل عليها، والمتمثلة أساسا في التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية.

#### الفرع الأول: عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمحور الثاني: التنمية السياحية

#### أولا: البعد البيئي

#### الجدول رقم (10): إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد البيئي

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع أفراد العينة المشاركين في الاستبيان حسب التكرارات والمتوسط الحسابي لاستجاباتهم اتجاه العبارات المختلفة والانحرافات المعيارية لها.

اتجاه العبارة	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار والنسب المئوية					التكرارات	العبارات
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
مرتفع	2	1,257	4,06	14	11	1	1	3	التكرار	1- أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية
				46,7	36,7	3,3	3,3	10	%	
مرتفع	3	1,299	4,03	13	13	0	0	4	التكرار	2- أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية
				43,3	43,3	0	0	13,3	%	
مرتفع	1	1,205	4,16	15	11	1	0	3	التكرار	3- أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية
				50	36,7	3,3	0	10	%	
مرتفع	4	1,252	3,50	6	13	4	4	3	التكرار	4- أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي
				20	43,3	13,3	13,3	10	%	
متوسط	6	1,299	3,36	8	5	10	4	3	التكرار	5- أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح
				26,7	16,7	33,3	13,3	10	%	
مرتفع	5	1,354	3,40	8	7	8	3	4	التكرار	6- أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم
				26,7	23,3	26,7	10	13,3	%	
مرتفع		0,916	3,75	مؤشر البعد البيئي للتنمية السياحية						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ونتائج برنامج SPSS.

يظهر استقراء النتائج الموضحة في الجدول رقم (08) أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مؤشر البعد البيئي يعبر عنه بدرجة مرتفعة من الموافقة على مضمون عبارات هذا المؤشر، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3.75 من 5 ويقع ضمن الفئة الرابعة من فئات مقياس لكارث الخماسي، والتي تشير إلى الخيار "موافق" المقابل للمستوى المرتفع كما نلاحظ أن الانحراف المعياري بلغ 0,916 ويمكن من خلال الجدول ترتيب عبارات مؤشر البعد البيئي للتنمية السياحية حسب درجة موافقة المستجوبين تنازليا من أعلى إلى أقل درجة كما يلي:

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: "أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية" في المرتبة الأولى من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4.16 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وانحراف معياري قدره 1,205، وكانت نسبة الموافقين: 86.7% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (1) التي تنص: "أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية" في المرتبة الثانية من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,06 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وانحراف معياري قدره 1,257، وكانت نسبة الموافقين: 83.4% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (2) التي تنص: "أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية" في المرتبة الثالثة حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,03 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وانحراف معياري قدره 1,299، وكانت نسبة الموافقين: 86.6% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (4) التي تنص: "أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,50 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وانحراف معياري قدره 1,252، وكانت نسبة الموافقين: 63.3% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (6) التي تنص: "أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم" في المرتبة الخامسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,40 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وانحراف معياري قدره 1,354، وكانت نسبة الموافقين: 50% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (5) التي تنص: " أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح" في المرتبة السادسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,36 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,299.

ثانيا: البعد الثقافي والاجتماعي

**الجدول رقم (11): إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الثقافي والاجتماعي**

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع أفراد العينة المشاركين في الاستبيان حسب التكرارات والمتوسط الحسابي لاستجاباتهم اتجاه العبارات المختلفة والانحرافات المعيارية لها.

العبارات	التكرار	التكرار والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	اتجاه العبارة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة				
1- تجذبي عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها	التكرار	1	1	5	18	5	3,83	0,864	3	مرتفع
	%	3,3	3,3	16,7	60	16,7				
2- أفضل اثناء جولاتي السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي	التكرار	1	2	4	14	9	3,93	1,014	2	مرتفع
	%	3,3	6,7	13,3	46,7	30				
3- أبحث عن المعلومات التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها	التكرار	1	2	5	17	5	3,76	0,935	4	مرتفع
	%	3,3	6,7	16,7	56,7	16,7				

مرتفع	1	0,830	4,00	8	16	4	2	0	التكرار	4- أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية
				26,7	53,3	13,3	6,7	0	%	
مرتفع	6	1,135	3,43	6	9	8	6	1	التكرار	5- أفضل زيارة المناطق السياحية في مواسم الاعياد المحلية
				20	30	26,7	20	3,3	%	
مرتفع	5	0,999	3,63	6	12	7	5	0	التكرار	6- أشرك في جولات سياحية دراسية وتعريفية بالمعالم الثقافية والتاريخية
				20	40	23,3	16,7	0	%	
مرتفع		0,584	3,76	مؤشر البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ونتائج برنامج SPSS.

يظهر استقراء النتائج الموضحة في الجدول رقم (09) أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مؤشر البعد الثقافي والاجتماعي يعبر عنه بدرجة مرتفعة من الموافقة على مضمون عبارات هذا المؤشر، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3,76 من 5 ويقع ضمن الفئة الرابعة من فئات مقياس لكارث الخماسي، والتي تشير إلى الخيار "موافق" المقابل للمستوى المرتفع كما نلاحظ أن الانحراف المعياري بلغ 0,584 ويمكن من خلال الجدول ترتيب عبارات مؤشر البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية حسب درجة موافقة المستجوبين تنازليا من أعلى إلى أقل درجة كما يلي:

جاءت العبارة رقم (4) التي تنص: " أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية" في المرتبة الأولى من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,00 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,830، وكانت نسبة الموافقين: 80% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (2) التي تنص: " أفضل اثناء جولاتي السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي" في المرتبة الثانية من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,93 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,014، وكانت نسبة الموافقين: 76.7% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (1) التي تنص: " تجذبني عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها" في المرتبة الثالثة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,83 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,864، وكانت نسبة الموافقين: 76.7% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: " أبحث عن المعلومات التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,76 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,935، وكانت نسبة الموافقين: 73.4% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (6) التي تنص: " أشارك في جولات سياحية دراسية وتعريفية" في المرتبة الخامسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,63 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,999، وكانت نسبة الموافقين: 50%.

جاءت العبارة رقم (5) التي تنص: " أفضل زيارة المناطق السياحية في مواسم الاعياد المحلية" في المرتبة السادسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,43 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,135.

### ثالثا: البعد الاقتصادي

#### الجدول رقم (12): إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الاقتصادي

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع أفراد العينة المشاركين في الاستبيان حسب التكرارات والمتوسط الحسابي لاستجاباتهم اتجاه العبارات المختلفة والانحرافات المعيارية لها.

اتجاه العبارة	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار والنسب المئوية					التكرار	العبارات
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
مرتفع	1	0,935	3,76	6	14	8	1	1	التكرار	1- أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة
				20	46,7	26,7	3,3	3,3	%	
متوسط	5	1,574	3,26	8	9	4	1	8	التكرار	2- أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي
				26,7	30	13,3	3,3	26,7	%	
مرتفع	2	1,201	3,73	8	13	5	1	3	التكرار	3- أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي
				26,7	43,3	16,7	3,3	10	%	
مرتفع	4	1,072	3,56	5	13	8	2	2	التكرار	4- أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفرياتي
				16,7	43,3	26,7	6,7	6,7	%	
مرتفع	3	0,827	3,73	5	14	9	2	0	التكرار	5- أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر
				16,7	46,7	30	6,7	0	%	
مرتفع		0,798	3,61	مؤشر البعد الاقتصادي للتنمية السياحية						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ونتائج برنامج SPSS.

يظهر استقراء النتائج الموضحة في الجدول رقم (10) أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مؤشر البعد الاقتصادي يعبر عنه بدرجة مرتفعة من الموافقة على مضمون عبارات هذا المؤشر، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3,61 من 5 ويقع ضمن الفئة الرابعة من فئات مقياس لكارث الخماسي، والتي تشير إلى الخيار "موافق" المقابل للمستوى المرتفع كما نلاحظ أن الانحراف المعياري بلغ 0,798 ويمكن من خلال الجدول ترتيب عبارات مؤشر البعد الاقتصادي للتنمية السياحية حسب درجة موافقة المستجوبين تنازليا من أعلى إلى أقل درجة كما يلي:

جاءت العبارة رقم (1) التي تنص: "أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة" في المرتبة الأولى من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,76 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,935، وكانت نسبة الموافقين: 66.7% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: "أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي" في المرتبة الثانية من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,73 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,827، وكانت نسبة الموافقين: 70% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (5) التي تنص: "أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر" في المرتبة الثالثة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3.45 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,242، وكانت نسبة الموافقين: 63.4% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (4) التي تنص: "أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفرياتني" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,56 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,072 وكانت نسبة الموافقين: 60% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (2) التي تنص: "أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الخامسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,26 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,574.

الجدول رقم (13): إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الخدمي

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع أفراد العينة المشاركين في الاستبيان حسب التكرارات والمتوسط الحسابي لاستجاباتهم اتجاه العبارات المختلفة والانحرافات المعيارية لها.

تجاه العبارة	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار والنسب المئوية					التكرارات	العبارات
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
مرتفع	1	1,165	3,56	6	13	5	4	2	التكرار	1- يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية
				20	43,3	16,7	13,3	6,7	%	
متوسط	5	1,257	3,06	3	11	5	7	4	التكرار	2- تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر
				10	36,7	16,7	23,3	13,3	%	
متوسط	6	1,272	3,03	5	6	7	9	3	التكرار	3- يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية
				16,7	20	23,3	30	10	%	
متوسط	7	1,332	2,86	4	7	5	9	5	التكرار	4- تناسبني أسعار الاطعام أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر
				13,3	23,3	16,7	30	16,7	%	
متوسط	3	1,201	3,26	4	11	7	5	3	التكرار	5- أحضى بمعاملة جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية في الجزائر
				13,3	36,7	23,3	16,7	10	%	

متوسط	8	1,399	2,80	4	8	2	10	6	التكرار	6- تناسبي أسعار المبيت أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر
				13,3	26,7	6,7	33,3	20	%	
متوسط	2	1,212	3,33	5	10	8	4	3	التكرار	7- تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية
				16,7	33,3	26,7	13,3	10	%	
متوسط	4	1,234	3,16	4	9	9	4	4		8- لا أجد صعوبة في التنقل إلى وداخل المناطق السياحية
				13,3	30	30	13,3	13,3	%	
متوسط		0,858	3,13	مؤشر البعد الخدمي للتنمية السياحية						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ونتائج برنامج SPSS.

يظهر استقراء النتائج الموضحة في الجدول رقم (11) أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مؤشر البعد الخدمي يعبر عنه بدرجة متوسطة من الموافقة على مضمون عبارات هذا المؤشر، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3.13 من 5 ويقع ضمن الفئة الثالثة من فئات مقياس لكارث الخماسي، والتي تشير إلى الخيار "محايد" المقابل للمستوى المتوسط كما نلاحظ أن الانحراف المعياري بلغ 0,858 ويمكن من خلال الجدول ترتيب عبارات مؤشر البعد الخدمي للتنمية السياحية حسب درجة موافقة المستجوبين تنازليا من أعلى إلى أقل درجة كما يلي:

جاءت العبارة رقم (1) التي تنص: " يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية" في المرتبة الأولى من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,56 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,165، وكانت نسبة الموافقين: 63.3% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: " تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية" في المرتبة الثانية من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,33 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,212؛

جاءت العبارة رقم (5) التي تنص: " أحظى بمعاملة جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية في الجزائر" في المرتبة الثالثة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,26

وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,201؛

جاءت العبارة رقم (8) التي تنص: " أجد صعوبة في التنقل إلى وداخل المناطق السياحية" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,16 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,234؛

جاءت العبارة رقم (2) التي تنص: " تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر" في المرتبة الخامسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,06 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,257؛

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: " يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية" في المرتبة السادسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,03 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,272؛

جاءت العبارة رقم (4) التي تنص: " تناسبني أسعار الاطعام أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر" في المرتبة السابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 2,86 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,332؛

جاءت العبارة رقم (6) التي تنص: " تناسبني أسعار المبيت أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر" في المرتبة الثامنة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 2,80 وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "محايد" وبانحراف معياري قدره 1,399.

**الفرع الثاني: عرض وتحليل البيانات الخاصة بالمحور الثالث: تمويل البنوك التجارية للسياحة**

**الجدول رقم (14): إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تمويل البنوك التجارية للسياحة**

يتمحور الجدول الموالي حول توزيع أفراد العينة المشاركين في الاستبيان حسب التكرارات والمتوسط الحسابي لاستجاباتهم اتجاه العبارات المختلفة والانحرافات المعيارية لها.

اتجاه العبارة	ترتيب العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار والنسب المئوية					التكرارات	العبارات
				موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
مرتفع	6	1,162	3,60	6	14	4	4	2	التكرار	1- تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة
				20	46,7	13,3	13,3	6,7	%	
مرتفع	7	1,224	3,53	8	9	5	7	1	التكرار	2- تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الهياكل السياحية
				26,7	30	16,7	23,3	3,3	%	
مرتفع	5	1,041	3,86	10	9	9	1	1	التكرار	3- توجد علاقة بين إنشاء معاهد سياحية وكفاءة المورد البشري
				33,3	30	30	3,3	3,3	%	
مرتفع	1	1,172	4,06	14	10	1	4	1	التكرار	4- تمويل البنوك التجارية الإعلانات السياحية
				46,7	33,3	3,3	13,3	3,3	%	
مرتفع	2	0,889	4,03	9	16	2	3	0	التكرار	5- تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة
				30	53,3	6,7	10	0	%	
مرتفع	3	0,982	4,00	11	11	5	3	0	التكرار	6- تحتل الخدمات المصرفية في الفنادق مركز هام في صناعة الخدمات السياحية
				36,7	36,7	16,7	10	0	%	

مرتفع	4	1,014	3,93	10	11	7	1	1	التكرار	7-يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على القطاع السياحي
				33,3	36,7	23,3	3,3	3,3	%	
مرتفع		0,816	3,86	مؤشر المحور الثالث: تمويل البنوك التجارية للسياحة						

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على إجابات أفراد عينة الدراسة ونتائج برنامج SPSS.

يظهر استقراء النتائج الموضحة في الجدول رقم (12) أن أفراد عينة الدراسة يرون أن مؤشر بعد تمويل البنوك التجارية للسياحة يعبر عنه بدرجة مرتفعة من الموافقة على مضمون عبارات هذا المؤشر، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3.86 من 5 ويقع ضمن الفئة الرابعة من فئات مقياس لكارث الخماسي، والتي تشير إلى الخيار "موافق" المقابل للمستوى المرتفع كما نلاحظ أن الانحراف المعياري بلغ 0,816 ويمكن من خلال الجدول ترتيب عبارات مؤشر بعد تمويل البنوك التجارية للسياحة حسب درجة موافقة المستجوبين تنازليا من أعلى إلى أقل درجة كما يلي:

جاءت العبارة رقم (4) التي تنص: "تمول البنوك التجارية الإعلانات السياحية" في المرتبة الأولى من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,06 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,172، وكانت نسبة الموافقين: 80% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (5) التي تنص: "تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة" في المرتبة الثانية من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,03 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,889، وكانت نسبة الموافقين: 83.3% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (6) التي تنص: "تحتل الخدمات المصرفية في الفنادق مركز هام في صناعة الخدمات السياحية" في المرتبة الثالثة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 4,00 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 0,982، وكانت نسبة الموافقين: 73.4% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (7) التي تنص: "يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على القطاع السياحي" في المرتبة الرابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,93 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,014، وكانت نسبة الموافقين: 70% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (3) التي تنص: " توجد علاقة بين إنشاء معاهد سياحية وكفاءة المورد البشري" في المرتبة الخامسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,86 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,041، وكانت نسبة الموافقين: 63.3% من مجموع المستجوبين؛

جاءت العبارة رقم (1) التي تنص: " تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة" في المرتبة السادسة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,60 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,162؛ وكانت نسبة الموافقين: 66.7% من مجموع المستجوبين.

جاءت العبارة رقم (2) التي تنص: "تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الهياكل السياحية" في المرتبة السابعة من حيث درجة موافقة المستجوبين، فقد بلغ متوسط درجة الموافقة 3,53 وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم لكارث الخماسي والتي تشير إلى الخيار "موافق" وبانحراف معياري قدره 1,224 وكانت نسبة الموافقين: 56.7% من مجموع المستجوبين.

#### الفرع الثاني: اختبار الفرضيات

من أجل اختبار ومناقشة الفرضيات سنقوم بعرض وتحليل نتائج الانحدار المتعدد بأسلوب إنتر، والتأكد من صحة الفرضيات الموضوعية سابقا، وهذا بعد المعالجة الإحصائية للبيانات.

أولا: نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر

الجدول رقم (15): عرض نتائج الانحدار المتعدد بأسلوب أنتر

الرقم	المحور	معامل الارتباط r	معامل التحديد R <sup>2</sup>	المحسوبة F	معامل الانحدار B	مستوى الدلالة SIG*
1	دور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية	0.514	0.264	10.053	-0.577	0.004 **
2	دور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية	0.020	0.00	0.011	0.014	0.918
3	دور البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية	0.367	0.135	4.367	0.359	0.046 **
4	دور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية	0.531	0.282	10.986	0.558	0.003 **
5	دور البنوك التجارية في تمويل محور التنمية السياحية	0.167	0.028	0.800	0.088	0.379

\*\* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجداول أعلاه دور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

اختبار الفرضية الرئيسية: والتي تنص على

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا عدم وجود علاقة بين البنوك التجارية وتمويل التنمية السياحية في الجزائر، حيث كانت قيمة ألفا ( $\alpha = 0.379$ ) وهي أكبر من 5% فهي غير معنوية.

من تحليل النتيجة أعلاه، فإننا نقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) التي تنص على أنه: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

#### اختبار الفرضيات الفرعية

اختبار الفرضية الأولى: والتي تنص على

$H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

$H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا وجود أثر البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر، حيث بلغ معامل الارتباط ( $r=0.514$ )، وبلغت قيمة درجة التأثير ( $B=-0.577$ ) ويؤكد هذا قيمة  $F$  المحسوبة التي تساوي 10.053 وهذا يدل على وجود ارتباط طردي متوسط حيث كانت قيمة ألفا ( $\alpha=0.004$ ) وهي أقل من 5%.

من تحليل النتيجة أعلاه، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

اختبار الفرضية الثانية: والتي تنص على

$H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

$H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا عدم وجود علاقة بين البنوك التجارية وتمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر، حيث كانت قيمة ألفا ( $\alpha=0.918$ ) وهي أكبر من 5% فهي غير معنوية.

من تحليل النتيجة أعلاه، فإننا نقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) التي تنص على أنه: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

اختبار الفرضية الثالثة: والتي تنص على

$H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

$H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا وجود أثر البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر، حيث بلغ معامل الارتباط ( $r=0.367$ )، وبلغت قيمة درجة التأثير ( $B=0.359$ ) ويؤكد هذا قيمة F المحسوبة التي تساوي 4.367 وهذا يدل على وجود ارتباط طردي ضعيف حيث كانت قيمة ألفا ( $\alpha=0.046$ ) وهي أقل من 5%.

من تحليل النتيجة أعلاه، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

اختبار الفرضية الرابعة: والتي تنص على

$H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

$H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا وجود أثر البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر، حيث بلغ معامل الارتباط ( $r=0.531$ )، وبلغت قيمة درجة التأثير ( $B=0.558$ ) ويؤكد هذا قيمة F المحسوبة التي تساوي 10.986 وهذا يدل على وجود ارتباط طردي متوسط حيث كانت قيمة ألفا ( $\alpha=0.003$ ) وهي أقل من 5%.

من تحليل النتيجة أعلاه، فإننا نقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ) التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين.



من خلال دراستنا لموضوع التنمية السياحية نخلص إلى الأهمية الكبيرة للموضوع وجدارته بالبحث والتتقيب، فالسياحة لها دور عظيم في النمو الاقتصادي ومردوديتها سريعة مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما أنها تقدم حلا لمشكل البطالة بامتصاصها لعدد هائل من اليد العاملة سواء منها المؤهلة وحتى البسيطة.

كما توصلنا إلى معرفة المكانة التي تحتلها ولاية ميلة في الخريطة السياحية للجزائر وعرضنا ما تزخر به الولاية من مقومات سياحية متنوعة: طبيعية، تاريخية، دينية وثقافية ولكنها في نفس الوقت تواجه مشاكل جمة أبرزها غياب الترويج السياحي ونقص الثقافة السياحية لدى السكان المحليين وكذا تضائل عمليات الصيانة لحماية الموروث الثقافي التاريخي ما يعرضه لعمليات النهب والتخريب، إضافة إلى ضعف البنية التحتية السياحية خاصة هياكل الإيواء والمرافق الأساسية.

وبعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل النتائج وجدنا أن الفرضية الرئيسية غير محققة ما يعني أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين؛ وبالنسبة للفرضيات الفرعية فكانت نتائجها كما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد البيئي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين. ومنه فالفرضية الفرعية الأولى محققة
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين. ومنه الفرضية الثانية غير محققة
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الاقتصادي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين. ومنه الفرضية الثالثة محققة
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0,05$ ) لدور البنوك التجارية في تمويل البعد الخدمي للتنمية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المستجوبين ومنه الفرضية الرابعة محققة

### التوصيات والإقتراحات:

بغية الارتقاء بالخدمة السياحية على مستوى ولاية ميلة وبناء على النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- إعطاء الأولوية لحماية المناطق الأثرية والتاريخية وتسهيل الوصول إليها؛

- التصريح القانوني بمناطق التوسع السياحي وإخراج المناطق الأثرية من الملكيات الخاصة كونها تراثا وطنيا؛
- التوعية السياحية للسكان المحليين والعمل على تكوين الشباب في عدة مجالات كالإرشاد السياحي، العلاج الحموي بالحمامات، سياحة المغارات وغيرها؛
- الترويج للسياحة على مستوى الولاية والوطن والعمل على عرض الآثار في المتاحف والمعارض؛
- العمل على تدعيم تمويل البرامج السياحية سواء بالنسبة للوكالات السياحية أو الأفراد؛
- تدعيم الهياكل السياحية خاصة الإيواء وشبكة الاتصالات.



# قائمة المراجع

### 1- الكتب:

- إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، مكتبة طريق العلم، دار عيذاء.
- أنس بكري، وليد صافي، النقود والبنوك بين النظرية والتطبيق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
- حمزة محمد الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- زياد رمضان و محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- سلمان بودياب، اقتصاديات النقود والبنوك، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 1996.
- شاكر القزويني، محاضرات في الاقتصاد و البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- ضياء مجيد، الاقتصاد النقدي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000.
- الطاهر لطرش، الاقتصاد النقدي والبنكي، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011-2012.
- عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي. جامعة الاسكندرية، د س ن، مصر.
- علي عبد الوهاب نجا آخرون، النقود و السياسة النقدية و الأسواق المالية، دار التعليم الجامعي، 2018.
- محب خلة توفيق، الهندسة المالية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2015م.
- محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المنجاح، عمان، 2007.
- محمد فتحي البديوي، إدارة البنوك، ط1، المكتبة الأكاديمية، الجيزة، 2012.
- محي محمد مسعي، الاتجاهات الحديثة في السياحة، الإسكندرية. المكتب الجامعي الحديث، 2008.
- مختار عبد الحكيم طلبه مسلم، المختصر في النقود والبنوك وتفسير قيمة النقد، دار النهضة العربية، القاهرة.
- منير ابراهيم هندي، إدارة البنوك التجارية (مدخل اتخاذ القرارات)، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2010.
- نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. الأردن، دار المسيرة، الطبعة 02، 2007.

### 2- الأطروحات و المذكرات:

- أمينة بن جدو، كرم سمية، التسويق السياحي كآلية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة. الملتقى الوطني: النهوض بقطاع الخدمات رهان إستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميله، الجزائر، 2019/12/17.

- بن لخضر السعيد، أثر أنشطة البحث والتطوير في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، 2018.
  - خديجة عزوزي، التنمية السياحية الميتمدة بين الإمكانيات والآفاق - دراسة حالة ولاية قالمة-. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2015.
  - عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة -حالة الجزائر-. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.
  - مخردة عبد الواحد، محاضرات في الاقتصاد البنكي، مطبوعة بيداغوجية لطلبة السنة الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017.
  - ميراندا زغلول رزق، النقود والبنوك، جامعة بنها التعليم المفتوح -كلية التجارة، مصر، 2009.
- 3- المجلات:**
- إسلام كمال البستاوي، يحي شحاتة حسن، التنمية السياحية المستدامة في المحميات الطبيعية المصرية: دراسة في ضوء الميثاق الأوروبي للسياحة المستدامة. مجلة العلوم البيئية، 2016.
  - سليمة قواسمية، سبل تحقيق التنمية السياحية المستدامة- الجزائر كمثال-. مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، جامعة باجي مختار، عنابة، المجلد 03، العدد 02، 2021.
  - شليحي الطاهر، عز الدين علي، متطلبات نجاح التسويق السياحي كآلية لتعزيز تنافسية القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 03، العدد 01/2019.
  - صباح شنايت، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر. المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، العدد 1، الجزائر، 2013.
  - عادل هادي البغدادى، ولاء سليمان عبد الحمزة، أثر التسويق الريادي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة -دراسة تطبيقية في فنادق الدرجة الثانية في محافظة التجف الأشرف-. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 15، العدد 02، 2018.
  - هاجر سعدي، لامية لعلام، دور التنمية السياحية الصحراوية في الجزائر. مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 01، 2016.
  - ياسية سليمة، لحواسنية ياسمين، نحو إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر. مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 12، الجزائر.

**4-الملتقيات العلمية:**

- زين الدين صلاح، دراسة لفرص تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر. المؤتمر العلمي الدولي الثالث حول القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر، 27/26 أبريل 2016.
- صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي. الملتقى الدولي حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 20-21 ماي 2002.



## الملحق 01: المخرجات

Echelle :معامل الثبات

## Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,785	32

## Fréquences

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	16	53,3	53,3	53,3
	أنثى	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Fréquences

الفئة العمرية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	30-20 سنة	3	10,0	10,0	10,0
	40-30 سنة	13	43,3	43,3	53,3
	أكثر من 40 سنة	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Fréquences

المؤهل العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مؤهل ثانوي فأقل	1	3,3	3,3	3,3
	مؤهل جامعي	26	86,7	86,7	90,0
	مؤهل مهني	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Fréquences

الخبرة المهنية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	5 سنوات فأقل	7	23,3	23,3	23,3
	6-10 سنوات	6	20,0	20,0	43,3
	11-15 سنة	4	13,3	13,3	56,7
	أكثر من 15 سنة	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Fréquences

Statistiques

N	Valide	أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية	أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية	أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية	أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي	أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح	أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم
		Manquant	0	0	0	0	0

Table de fréquences

أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
			valide	cumulé
غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
غير موافق	1	3,3	3,3	13,3
محايد	1	3,3	3,3	16,7
موافق	11	36,7	36,7	53,3
موافق تماما	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
			valide	cumulé
غير موافق تماما	4	13,3	13,3	13,3
موافق	13	43,3	43,3	56,7
موافق تماما	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
			valide	cumulé
غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
محايد	1	3,3	3,3	13,3
موافق	11	36,7	36,7	50,0
موافق تماما	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
			valide	cumulé
غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
غير موافق	4	13,3	13,3	23,3
محايد	4	13,3	13,3	36,7
موافق	13	43,3	43,3	80,0
موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
	غير موافق	4	13,3	13,3	23,3
	محايد	10	33,3	33,3	56,7
	موافق	5	16,7	16,7	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

#### أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	4	13,3	13,3	13,3
	غير موافق	3	10,0	10,0	23,3
	محايد	8	26,7	26,7	50,0
	موافق	7	23,3	23,3	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية	30	4,0667	1,25762
أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية	30	4,0333	1,29943
أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية	30	4,1667	1,20583
أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي	30	3,5000	1,25258
أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح	30	3,3667	1,29943
أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم	30	3,4000	1,35443
البعد البيئي	30	3,7556	,91678
N valide (liste)	30		

## Fréquences

### Statistiques

		أفضل اثناء جولاتي	أبحث عن المعلومات	أفضل زيارة المناطق	أشارك في جولات
	تجذبني عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها	السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي	التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها	أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية	سياحية دراسية وتعريفية بالمعالم الثقافية والتاريخية
N	Valide	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0

## Table de fréquences

### تجذبني عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	1	3,3	3,3	6,7
	محايد	5	16,7	16,7	23,3
	موافق	18	60,0	60,0	83,3
	موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أفضل اثناء جولاتي السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	2	6,7	6,7	10,0
	محايد	4	13,3	13,3	23,3
	موافق	14	46,7	46,7	70,0
	موافق تماما	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أبحث عن المعلومات التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	2	6,7	6,7	10,0
	محايد	5	16,7	16,7	26,7
	موافق	17	56,7	56,7	83,3
	موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	6,7	6,7	6,7
	محايد	4	13,3	13,3	20,0
	موافق	16	53,3	53,3	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أفضل زيارة المناطق السياحية في مواسم الاعياد المحلية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	6	20,0	20,0	23,3
	محايد	8	26,7	26,7	50,0
	موافق	9	30,0	30,0	80,0
	موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أشارك في جولات سياحية دراسية وتعريفية بالمعالم الثقافية والتاريخية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	5	16,7	16,7	16,7
	محايد	7	23,3	23,3	40,0
	موافق	12	40,0	40,0	80,0
	موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
تجذبني عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها	30	1,00	5,00	3,8333	,87428
أفضل اثناء جولاتي السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي	30	1,00	5,00	3,9333	1,01483
أبحث عن المعلومات التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها	30	1,00	5,00	3,7667	,93526
أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية	30	2,00	5,00	4,0000	,83045
أفضل زيارة المناطق السياحية في مواسم الاعياد المحلية	30	1,00	5,00	3,4333	1,13512
أشارك في جولات سياحية دراسية وتعريفية بالمعالم الثقافية والتاريخية	30	2,00	5,00	3,6333	,99943
البعد الثقافي والاجتماعي	30	3,00	5,00	3,7667	,58493
N valide (liste)	30				

## Fréquences

### Statistiques

	أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة	أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي	أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفرياتي	أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر
N	30	30	30	30	30
Valide	30	30	30	30	30
Manquant	0	0	0	0	0

## Table de fréquences

### أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	1	3,3	3,3	6,7
	محايد	8	26,7	26,7	33,3
	موافق	14	46,7	46,7	80,0
	موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	8	26,7	26,7	26,7
	غير موافق	1	3,3	3,3	30,0
	محايد	4	13,3	13,3	43,3
	موافق	9	30,0	30,0	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
	غير موافق	1	3,3	3,3	13,3
	محايد	5	16,7	16,7	30,0
	موافق	13	43,3	43,3	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفرياتي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	6,7	6,7	6,7
	غير موافق	2	6,7	6,7	13,3
	محايد	8	26,7	26,7	40,0
	موافق	13	43,3	43,3	83,3
	موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	6,7	6,7	6,7
	محايد	9	30,0	30,0	36,7
	موافق	14	46,7	46,7	83,3
	موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة	30	1,00	5,00	3,7667	,93526
أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	30	1,00	5,00	3,2667	1,57422

أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي	30	1,00	5,00	3,7333	1,20153
أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفياتي	30	1,00	5,00	3,5667	1,07265
أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر	30	2,00	5,00	3,7333	,82768
البعد الاقتصادي	30	1,80	5,00	3,6133	,79816
N valide (liste)	30				

## Fréquences

### Statistiques

		يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية	تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر	يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية	تناسبي أسعار الاطعام أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر	أحضى بمعاملة جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية في الجزائر	تناسبي أسعار المبيت أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر	تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية	لا أجد صعوبة في التنقل إلى داخل المناطق السياحية
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0

## Table de fréquences

### يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	6,7	6,7	6,7
	غير موافق	4	13,3	13,3	20,0
	محايد	5	16,7	16,7	36,7
	موافق	13	43,3	43,3	80,0
	موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

### تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	4	13,3	13,3	13,3
	غير موافق	7	23,3	23,3	36,7
	محايد	5	16,7	16,7	53,3
	موافق	11	36,7	36,7	90,0
	موافق تماما	3	10,0	10,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

### يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
	غير موافق	9	30,0	30,0	40,0
	محايد	7	23,3	23,3	63,3

موافق	6	20,0	20,0	83,3
موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

تناسبي أسعار الاطعام أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق تماما	5	16,7	16,7	16,7
غير موافق	9	30,0	30,0	46,7
محايد	5	16,7	16,7	63,3
موافق	7	23,3	23,3	86,7
موافق تماما	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

أحضى بمعاملة جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية في الجزائر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
غير موافق	5	16,7	16,7	26,7
محايد	7	23,3	23,3	50,0
موافق	11	36,7	36,7	86,7
موافق تماما	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

تناسبي أسعار المبيت أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق تماما	6	20,0	20,0	20,0
غير موافق	10	33,3	33,3	53,3
محايد	2	6,7	6,7	60,0
موافق	8	26,7	26,7	86,7
موافق تماما	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق تماما	3	10,0	10,0	10,0
غير موافق	4	13,3	13,3	23,3
محايد	8	26,7	26,7	50,0
موافق	10	33,3	33,3	83,3
موافق تماما	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

لا أجد صعوبة في التنقل إلى وداخل المناطق السياحية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	غير موافق تماما	4	13,3	13,3	13,3
	غير موافق	4	13,3	13,3	26,7
	محايد	9	30,0	30,0	56,7
	موافق	9	30,0	30,0	86,7
	موافق تماما	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية	30	1,00	5,00	3,5667	1,16511
تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر	30	1,00	5,00	3,0667	1,25762
يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية	30	1,00	5,00	3,0333	1,27261
تناسبني أسعار الاطعام أثناء رحلتي السياحية بالجزائر	30	1,00	5,00	2,8667	1,33218
أحضى بعمله جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية في الجزائر	30	1,00	5,00	3,2667	1,20153
تناسبني أسعار المبيت أثناء رحلتي السياحية بالجزائر	30	1,00	5,00	2,8000	1,39951
تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية	30	1,00	5,00	3,3333	1,21296
لا أجد صعوبة في التنقل إلى ودخل المناطق السياحية	30	1,00	5,00	3,1667	1,23409
البعد الخدمي	30	1,38	4,75	3,1375	,85812
N valide (liste)	30				

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
البعد البيئي	30	1,17	5,00	3,7556	,91678
البعد الثقافي والاجتماعي	30	3,00	5,00	3,7667	,58493
البعد الاقتصادي	30	1,80	5,00	3,6133	,79816
البعد الخدمي	30	1,38	4,75	3,1375	,85812
التنمية السياحية في الجزائر	30	2,64	4,68	3,5683	,43339
N valide (liste)	30				

## Fréquences

### Statistiques

	تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة	تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الياتك السياحية	توجد علاقة بين إنشاء معاهد سياحية وكفائه المورد البشري	تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة	تحتل الخدمات المصرفية في الفنادق مركز هام في صناعة الخدمات السياحية	يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على القطاع السياحي
N	Valide	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0

## Table de fréquences

تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	6,7	6,7	6,7
	غير موافق	4	13,3	13,3	20,0
	محايد	4	13,3	13,3	33,3
	موافق	14	46,7	46,7	80,0
	موافق تماما	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الهياكل السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	7	23,3	23,3	26,7
	محايد	5	16,7	16,7	43,3
	موافق	9	30,0	30,0	73,3
	موافق تماما	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## توجد علاقة بين إنشاء معاهد سياحية وكفاءة المورد البشري

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	1	3,3	3,3	6,7
	محايد	9	30,0	30,0	36,7
	موافق	9	30,0	30,0	66,7
	موافق تماما	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## تمول البنوك التجارية الإعلانات السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	4	13,3	13,3	16,7
	محايد	1	3,3	3,3	20,0
	موافق	10	33,3	33,3	53,3
	موافق تماما	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	10,0	10,0	10,0
	محايد	2	6,7	6,7	16,7
	موافق	16	53,3	53,3	70,0
	موافق تماما	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

تحليل الخدمات المصرفية في الفنادق مركز هام في صناعة الخدمات السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	10,0	10,0	10,0
	محايد	5	16,7	16,7	26,7
	موافق	11	36,7	36,7	63,3
	موافق تماما	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على القطاع السياحي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,3	3,3	3,3
	غير موافق	1	3,3	3,3	6,7
	محايد	7	23,3	23,3	30,0
	موافق	11	36,7	36,7	66,7
	موافق تماما	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

## Caractéristiques

### Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة	30	1,00	5,00	3,6000	1,16264
تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الهياكل السياحية	30	1,00	5,00	3,5333	1,22428
توجد علاقة بين إنشاء معاهد سياحية وكفاءة المورد البشري	30	1,00	5,00	3,8667	1,04166
تمول البنوك التجارية الإعلانات السياحية	30	1,00	5,00	4,0667	1,17248
تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة	30	2,00	5,00	4,0333	,88992
تحليل الخدمات المصرفية في الفنادق مركز هام في صناعة الخدمات السياحية	30	2,00	5,00	4,0000	,98261
يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على القطاع السياحي	30	1,00	5,00	3,9333	1,01483
تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	30	1,57	5,00	3,8619	,81634
N valide (liste)	30				

## Corrélations

### Corrélations

		البعد البيئي	البعد الثقافي والاجتماعي	البعد الاقتصادي	البعد الخدمي	التنمية السياحية في الجزائر	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية
البعد البيئي	Corrélation de Pearson	1	,099	-,222	-,165	,379*	-,514**
	Sig. (bilatérale)		,603	,239	,384	,039	,004
	N	30	30	30	30	30	30
البعد الثقافي والاجتماعي	Corrélation de Pearson	,099	1	,391*	-,084	,528**	,020
	Sig. (bilatérale)	,603		,033	,658	,003	,918
	N	30	30	30	30	30	30

البعد الاقتصادي	Corrélation de Pearson	-,222	,391*	1	,472**	,709**	,367*
	Sig. (bilatérale)	,239	,033		,008	,000	,046
	N	30	30	30	30	30	30
البعد الخدمي	Corrélation de Pearson	-,165	-,084	,472**	1	,597**	,531**
	Sig. (bilatérale)	,384	,658	,008		,001	,003
	N	30	30	30	30	30	30
التنمية السياحية في الجزائر	Corrélation de Pearson	,379*	,528**	,709**	,597**	1	,167
	Sig. (bilatérale)	,039	,003	,000	,001		,379
	N	30	30	30	30	30	30
تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	Corrélation de Pearson	-,514**	,020	,367*	,531**	,167	1
	Sig. (bilatérale)	,004	,918	,046	,003	,379	
	N	30	30	30	30	30	30

\*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

\*\*.. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

## Régression

### Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	.	Introduire

a. Variable dépendante : البعد البيئي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,514 <sup>a</sup>	,264	,238	,80033

a. Variables introduites : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés		ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,439		1	6,439	10,053	,004 <sup>b</sup>
	Résidu	17,935		28	,641		
	Total	24,374		29			

a. Variable dépendante : البعد البيئي

b. Variables introduites : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	5,985	,718		8,334	,000
	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	-,577	,182	-,514	-3,171	,004

a. Variable dépendante : البعد البيئي

### Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية <sup>b</sup>	.	Introduire

a. Variable dépendante : البعد الثقافي والاجتماعي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,020 <sup>a</sup>	,000	-,035	,59517

a. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,004	1	,004	,011	,918 <sup>b</sup>
	Résidu	9,918	28	,354		
	Total	9,922	29			

a. Variable dépendante : البعد الثقافي والاجتماعي

b. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	3,712	,534		6,952	,000
	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	,014	,135	,020	,104	,918

a. Variable dépendante : البعد الثقافي والاجتماعي

### Régression

#### Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية <sup>b</sup>	.	Introduire

a. Variable dépendante : البعد الاقتصادي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,367 <sup>a</sup>	,135	,104	,75550

a. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,493	1	2,493	4,367	,046 <sup>b</sup>
	Résidu	15,982	28	,571		
	Total	18,475	29			

a. Variable dépendante : البعد الاقتصادي

b. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	2,226	,678		3,284	,003
	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية <sup>b</sup>	,359	,172	,367	2,090	,046

a. Variable dépendante : البعد الاقتصادي

### Régression

#### Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية <sup>b</sup>	.	Introduire

a. Variable dépendante : البعد الخدمي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

#### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,531 <sup>a</sup>	,282	,256	,74011

a. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,017	1	6,017	10,986	,003 <sup>b</sup>
	Résidu	15,337	28	,548		
	Total	21,355	29			

a. Variable dépendante : البعد الخدمي

b. Prédicteurs : (Constante), تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,983	,664		1,480	,150
	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	,558	,168	,531	3,314	,003

a. Variable dépendante : البعد الخدمي

## Régression

Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables		Méthode
	introduites	éliminées	
1	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية <sup>b</sup>	.	Introduire

a. Variable dépendante : التنمية السياحية في الجزائر

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

## Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de
				l'estimation
1	,167 <sup>a</sup>	,028	-,007	,43489

a. تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية. Prédicteurs : (Constante),

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des		Carré moyen	F	Sig.
		carrés	ddl			
1	Régression	,151	1	,151	,800	,379 <sup>b</sup>
	Résidu	5,296	28	,189		
	Total	5,447	29			

a. Variable dépendante : التنمية السياحية في الجزائر

b. تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية. Prédicteurs : (Constante),

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	3,227	,390		8,269	,000
	تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية	,088	,099	,167	,895	,379

a. Variable dépendante : التنمية السياحية في الجزائر

الملحق 02: الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

السنة الثانية ماستر

استمارة حول:

**دور البنوك التجارية في تمويل التنمية السياحية  
-دراسة حالة القرض الشعبي- وكالة ميله.**

لي عظيم الشرف أن أضع بين أيديكم الكريمة هذه الاستمارة، والتي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي أقوم بها استكمالاً للحصول على شهادة الماستر، راجيين الإجابة عليها بتمعن وذلك لأجل الحصول على إجابات دقيقة والخروج بالنتائج والاقتراحات المرجوة، علماً أن إجاباتكم ستعامل بشكل سري ولأغراض البحث العلمي فقط.

المشرف :

د. قرين الربيع

الطالب:

- بن طافر زكرياء

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. الفئة العمرية: 20-30 سنة  30-40 سنة  أكثر من 40 سنة
3. المؤهل العلمي: مؤهل ثانوي فأقل  مؤهل جامعي  مؤهل مهني
4. الخبرة المهنية: 5 سنوات وأقل  6-10 سنوات  11-15 سنة  أكثر من 15 سنة

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة وذلك من حيث درجة موافقتكم على هذه العبارات

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	العبارة
<b>المحور الثاني: التنمية السياحية في الجزائر</b>					
<b>البعد الأول: البعد البيئي للتنمية السياحية</b>					
					1 أفضل زيارة المواقع السياحية الطبيعية
					2 أفضل التخييم بعيدا عن ضجيج المدينة أثناء قيامي برحلة سياحية
					3 أساهم في المحافظة على البيئة بالمنطقة السياحية
					4 أفضل استخدام الدراجات الهوائية أو المشي على الأقدام أثناء جولاتي
					5 أتجنب زيارة المناطق التي تعرف تدفقا كبيرا للسياح
					6 أشارك في الرحلات السياحية البيئية كالتسلق، المشي والتخييم
<b>البعد الثاني: البعد الثقافي للتنمية السياحية</b>					
					7 تجذبني عادات وتقاليد المجتمع المحلي لكل منطقة أقوم بزيارتها
					8 أفضل اثناء جولاتي السياحية تناول الأكلات التقليدية المصنوعة من طرف المجتمع المحلي
					9 أبحث عن المعلومات التاريخية الثقافية والدينية للمنطقة السياحية قبل زيارتها
					10 أحب زيارة مواقع تتميز بمعالم تاريخية وثقافية
					11 أفضل زيارة المناطق السياحية في مواسم الاعياد المحلية
					12 أشارك في جولات سياحية دراسية وتعريفية بالمعالم الثقافية والتاريخية
<b>البعد الثالث: البعد الاقتصادي للتنمية السياحية</b>					
					13 أساهم في دعم المشاريع التنموية بالمناطق السياحية مثل حملات تنظيف البيئة
					14 أشارك تجاربي السياحية بالجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

					15	أقوم بشراء منتجات من محلية الصنع مثل التذكارات والحلي
					16	أفضل تناول الأطباق التقليدية للمنطقة عند سفرياتي
					17	أزور المعارض السياحية التي يتم تنظيمها حول السياحة بالجزائر
<b>البعد الرابع: البعد الخدمي للتنمية السياحية</b>						
					18	يتوفر الأمن والسلامة بالمناطق السياحية
					19	تتوفر مختلف وسائل الراحة للقيام بجولات سياحية في الجزائر
					20	يتواجد مرشدون سياحيون بمختلف المناطق السياحية
					21	تناسبني أسعار الاطعام أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر
					22	أحضى بمعاملة جيدة من طرف السكان المحليين بمختلف المناطق السياحية قي الجزائر
					23	تناسبني أسعار المبيت أثناء رحلاتي السياحية بالجزائر
					24	تتميز المناطق السياحية بالجزائر بالنظافة البيئية
					25	لا أجد صعوبة في التنقل إلى وداخل المناطق السياحية
<b>المحور الثالث: عملية تمويل البنوك التجارية للبرامج السياحية</b>						
					26	تساهم البنوك التجارية في دعم البرامج السياحية المختلفة
					27	تقدم البنوك التجارية تسهيلات لتوسيع الهياكل السياحية
					28	تمول البنوك التجارية الإعلانات السياحية
					29	تمنح البنوك التجارية قروضا خاصة بالأفراد لدعم السياحة
					30	توفر البنوك التجارية وسائل دفع خاصة بالخدمات السياحية في الفنادق والمعارض
					31	تمتلك البنوك التجارية الخبرة الكافية لتقييم وتمويل المشاريع السياحية
					32	تلعب البنوك التجارية دورا مهما في تمويل الساحة في الجزائر

\*\*\* شكرا على حسن تعاونكم \*\*\*



تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه البنوك التجارية في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، فتم التطرق إلى أهم المفاهيم المتعلقة بالتنمية السياحية، مبادئها وأبعادها وكذلك متطلبات نجاحها والعراقيل التي تواجهها، وهدفت إلى تشخيص وضعية تمويل التنمية السياحية على مستوى ولاية ميلة من طرف البنك التجاري - القرض الشعبي الجزائري- وخلصت هذه الدراسة إلى رفض الفرضية الرئيسية أي عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين كل من التمويل الذي يقدمه البنك التجاري والتنمية السياحية في ولاية ميلة، في حين تم قبول ثلاث فرضيات فرعية والمتعلقة بتأثير التمويل الذي تقدمه البنوك التجارية على البعد البيئي، الاقتصادي، الخدمي للتنمية السياحية؛ ورفض فرضية واحدة والتي تتعلق بالبعد الثقافي والاجتماعي للتنمية السياحية. وهو ما يستدعي ضرورة العمل على تدعيم هذا الجانب من أجل النهوض بهذا القطاع وتحسين تنافسيته.

**الكلمات المفتاحية:** التمويل السياحي، البنوك التجارية، التنمية السياحية، أبعاد التنمية السياحية، السياحة في ولاية ميلة

### Summary:

This study aims to highlight the role played by commercial banks in achieving tourism development in Algeria. It addressed the most important concepts related to tourism development, its principles and dimensions, as well as the requirements for its success and the obstacles it faces. It aimed to diagnose the status of financing tourism development at the level of the state of Mila by the Commercial Bank. - The Algerian Popular Loan - This study concluded by rejecting the main hypothesis, that is, the absence of a statistically significant effect at the 5% level of significance between both the financing provided by the Commercial Bank and the tourism development in the state of Mila, while three sub-hypotheses were accepted related to the effect of the financing provided by it. Commercial Banks on the environmental, economic, and service dimensions of tourism development; He rejected one hypothesis, which relates to the cultural and social dimension of tourism development. This calls for the necessity of working to strengthen this aspect of wages to advance this sector and improve its competitiveness.

**Keywords:** Tourism financing, commercial banks, tourism development, dimensions of tourism development, tourism in the state of Mila.